



FACULDADE DE LETRAS

UNIVERSIDADE DO PORTO

Patrícia da Conceição Teixeira da Silva

Mestrado em Ciências da Comunicação

A emergência do cidadão jornalista.

O caso do programa “Combate de Blogs” da TVI24

2012

Orientador: Professora Doutora Helena Lima

Classificação: 16 valores

Dissertação de Mestrado





Nas grandes batalhas da vida, o primeiro  
passo para a vitória é o desejo de vencer.

Mahatma Gandhi

## **Agradecimentos**

Nesta hora, em que vejo o esforço de um ano recompensado pela sensação de quase término de um projeto que nasceu e cresceu à custa de bastante empenho e dedicação, é também o momento de agradecer a todos quanto contribuíram para que esta dissertação chegasse a bom porto.

Em primeiro lugar, à minha orientadora, sem a qual este projeto não teria sido possível. À Prof. Doutora Helena Lima pela competência com que o orientou, pelas incansáveis leituras e correções, pela motivação, empenho e conselhos. Acima de tudo, obrigada por me ter sempre acompanhado ao longo desta jornada.

Aos entrevistados que disponibilizaram o seu tempo para me ouvirem e partilharem comigo as suas ideias e opiniões, muito obrigada.

Depois, a todos os meus amigos que tiveram de ouvir durante um ano inteiro a mesma recusa: “tenho de escrever”. A todos eles, o meu obrigado pela paciência e pelo apoio.

Ao Tiago, pelo apoio incondicional, assumindo todo o esforço final como Nosso.

Por último, e por serem a razão da minha força de espírito, empenho e dedicação, o meu muito obrigada aos meus pais e irmãs, pelo apoio e por acreditarem sempre na minha formação.

## **Resumo**

Analisar esta nova forma de passar informação, intitulada jornalismo participativo ou jornalismo cidadão, é o que esta dissertação se propõe. Como objeto de estudo temos o programa de televisão da Tvi24 “Combate de Blogs” que nasceu de uma experiência de debates diários online durante a campanha para as eleições Legislativas de 2009.

O objetivo desta dissertação é observar as mudanças provocadas por esta nova modalidade de jornalismo que ocorre na blogosfera, denominado jornalismo participativo, ou cidadão-jornalista e em que medida altera e complementa a esfera noticiosa do programa.

As principais conclusões que resultaram desta investigação indiciam que os bloggers que participam no programa “Combate de blogs” contribuem para a revitalização da vida pública, favorecendo o debate. A função do jornalista como mediador deste processo é importante para organizar a grande quantidade de informações que surgem diariamente na rede, principalmente, porque o conteúdo fornecido pelos blogs carece de uma característica essencial para a troca de informações: a credibilidade. Mas juntos, jornalistas e público podem construir uma comunicação melhor.

A interatividade e a flexibilidade que o programa “Combate de Blogs” proporciona, permitem ir além de uma discussão pública dependente de meios de comunicação unidirecionais.

**Palavras-Chave:** Blogosfera, Cidadão-Jornalista; Jornalismo Participativo, Blogs.

## ***Abstract***

To analyze this new way of passing information entitled participatory journalism or citizen journalism, is what this thesis proposes. As object of study we have the TVI24 television program "Combate de Blogs" that was born from an experience of daily discussions online during the campaign for the legislative elections of 2009.

The aim of this study is to observe the changes caused by this new kind of journalism that occurs in the blogosphere, called participatory journalism or citizen journalist and the extent to which amends and supplements the sphere of the news program.

The main conclusions that resulted from this research suggest that bloggers participating in the program "Combate de Blogs" contribute to the revitalization of public life by encouraging debate. The role of the journalist as a mediator of this process is important to organize the vast amount of information that appears daily on the network, mainly, because the content provided by blogging lacks an essential feature for the exchange of information: credibility. But together, journalists and the public can build a better communication.

The interactivity and flexibility that the program "Combate de Blogs" provides, allow going beyond a public discussion of media dependent unidirectional.

**Keywords:** Blogosphere, Citizen-Journalist; Participatory Journalism Blogs.

# Índice

<b>Agradecimentos</b> .....	III
<b>Resumo</b> .....	IV
<b>Abstract</b> .....	V
<b>1. Introdução</b> .....	1
1.1. Enquadramento e Objetivos de Investigação .....	1
1.2. Objeto de estudo e metodologia .....	3
<b>2. Enquadramento teórico</b> .....	6
2.1. O Blog .....	6
2.2. A blogosfera como espaço de debate e democracia participativa .....	11
2.3. Uma nova esfera pública? .....	18
2.4. A figura do Gatekeeper transformada em Gatewatching .....	22
2.5. O jornalismo participativo .....	27
2.6. Jornalista Versus Cidadão-Jornalista .....	33
<b>3. Âmbito da Investigação e definição da metodologia</b> .....	36
3.1. O Programa “Combate de Blogs” como objeto de estudo .....	36
3.2. Estrutura do Projeto de Investigação .....	37
3.3. Objetivos e Questões de Investigação .....	38
3.4. Metodologia .....	39
3.4.1. Análise quantitativa e qualitativa .....	39
3.5. Definição da Amostra .....	42
3.6. Classificação e análise estrutural dos blogs analisados .....	43
<b>4. Confrontação dos Dados com a Questão Orientadora</b> .....	47
4.1. Apresentação e Análise de Resultados .....	47
4.2. Resultados e discussões da análise qualitativa .....	60
4.2.1. Blogs .....	60
4.2.2. Programa “Combate de Blogs” .....	77
4.3. Reflexões Finais .....	84
<b>5. Bibliografia</b> .....	89
<b>6. Anexos</b> .....	94



## Índice de Ilustrações

<b>Ilustração 1</b> Estrutura do projeto de investigação.....	37
<b>Ilustração 2</b> Temas debatidos no “Combate de Blogs” durante o mês de agosto.....	48
<i>Error! Hyperlink reference not valid.</i>	
<b>Ilustração 4</b> Ilustração retirada do blog 5dias.net - “Os políticos de direita têm mais capacidade de transmitir a sexualidade”.....	64
<i>Error! Hyperlink reference not valid.</i>	
<b>Ilustração 6</b> Ilustração retirada do blog 31 da Armada.....	67
<i>Error! Hyperlink reference not valid.</i>	
<b>Ilustração 8</b> Ilustração retirada do blog 5dias.net .....	70
<i>Error! Hyperlink reference not valid.</i>	

## Índice de tabelas

<b>Tabela 1</b> Tempo e média de debate dos temas na semana 2 .....	49
<b>Tabela 2</b> Tempo e média de debate dos temas na semana 1 .....	49
<b>Tabela 3</b> Tempo e média de debate dos temas na semana 3. ....	49
<b>Tabela 4</b> Tempo e média de debate dos temas na semana 4 .....	49
<b>Tabela 5</b> Observação dos jornais “Público” e “Diário de Notícias” na semana 1.....	50
<b>Tabela 6</b> Observação dos jornais “Público” e “Diário de Notícias” na semana 2.....	51
<b>Tabela 7</b> Observação dos jornais “Público” e “Diário de Notícias” na semana 3.....	51
<b>Tabela 8</b> Observação dos jornais “Público” e “Diário de Notícias” na semana 4.....	51
<b>Tabela 9</b> Observação dos blogs na semana 1 .....	52
<b>Tabela 10</b> Observação dos blogs na semana 2 .....	53
<b>Tabela 11</b> Observação dos blogs na semana 3 .....	53
<b>Tabela 12</b> Observação dos blogs na semana 1 .....	53

## 1. Introdução

O presente trabalho é o resultado de uma dissertação, como parte integrante do Mestrado em Ciências da Comunicação, variante Estudos de Média e Jornalismo. De um modo geral, foram estudados os efeitos da utilização da blogosfera na criação do conceito de cidadão jornalista. Como objeto de estudo temos o programa de televisão da Tvi24 “Combate de Blogs”.

Nesta primeira parte apresentamos as motivações iniciais que conduziram à sua elaboração, uma contextualização e fundamentação que procura enquadrar o estudo na comunidade de investigação, o seu objetivo e as questões de investigação, a sua apresentação, as suas limitações e uma breve descrição da organização e conteúdo da dissertação.

### 1.1. Enquadramento e Objetivos de Investigação

A internet é uma poderosa tecnologia com efeitos reais na vida social, nos comportamentos e nas relações entre os indivíduos.

As novas tecnologias e a facilidade de acesso às ferramentas de produção e publicação de conteúdo tornaram os cidadãos mais capazes de registar e publicar qualquer tipo de informação. A popularização dos computadores, o acesso à internet e as ferramentas de publicação disponíveis na rede revolucionaram o modo como as pessoas consomem, interpretam, produzem e divulgam informações.

Pessoas comuns, homens, mulheres, crianças, adultos, empresas, organizações, simpatizantes das mais diversas ideologias políticas publicam informação que vai além da fronteira dos media clássicos e, neste contexto, é pertinente referenciar os *blogs*.

Os *blogs* são considerados hoje um fenómeno impulsionador da comunicação colaborativa. Utilizando um *blog*, qualquer pessoa tem a oportunidade de produzir as suas próprias notícias, ou então comentar, filtrar, editar, e ainda complementar informação produzida por outros cidadãos ou por jornalistas profissionais.

Neste contexto, surge uma nova cultura participativa na qual está inserido o jornalismo participativo. Sobre este tema Gillmor diz “*A possibilidade de qualquer um*

*produzir informação dará voz a pessoas que não têm tido. E precisamos ouvir o que elas têm a dizer-nos” (2005:19).*

Esta é uma oportunidade do jornalismo democratizar a informação. Alterações provocadas por esta prática fortalecem a pluralidade de vozes na sociedade, possibilitando a manifestação daqueles que não o poderiam fazer até então. Segundo Chung (2007):

*“The internet provides new opportunities for journalists to extend their reach geographically and increase readership. However, it also challenges journalists to experiment with new information distribution practices while also pushing them to involve new voices that are traditionally excluded from mass media.”*

Uma das principais características dos *blogs* é o facto de serem mais opinativos que informativos. Muitos comentam o que a comunicação social divulga e, por isso, vivem da comunicação e do agendamento destes. Contudo, na blogosfera, os leitores encontram o sentido de humor, a polémica e a controvérsia. Os *blogs* não vêm substituir o jornalismo, mas podem interagir com ele favorecendo o debate.

Um dos assuntos que marca a blogosfera portuguesa desde o seu início é a discussão política entre a Esquerda e a Direita. Deste contexto nasceu o programa televisivo da Tvi24 “Combate de Blogs”

*“Um combate que se trava semanalmente com a força da opinião livre! Irreverente e independente, um programa onde se procura dar voz a uma blogosfera que está sempre em cima do conhecimento e da informação. Os blogs mais importantes e as polémicas mais relevantes estão sempre garantidos.” (Tvi24)*

O programa “Combate de Blogs” nasceu primeiro online, no site da Tvi24, com debates diários durante a campanha para as eleições Legislativas de 2009. A ideia partiu dos jornalistas Filipe Caetano e Nuno Ramos de Almeida, este último blogger residente no programa.

Nessa primeira experiência online, os debates eram realizados ao fim da tarde, na redação da TVI, havendo um esforço para a formação de um grupo de bloggers com ideias políticas bem definidas, à esquerda e à direita. O grupo era formado por Nuno Ramos de Almeida, Rodrigo Moita de Deus, Miguel Morgado, Tomás Vasques, Filipa

Martins, Marta Rebelo, Helena Matos, Paulo Pinto Mascarenhas, João Gonçalves e Vítor Dias.

Mais tarde, em abril de 2010, a ideia passou para o ecrã da TVI24, com um programa semanal de cerca de 30 minutos que começou por ser emitido ao domingo à tarde, chegou a estar na terça-feira à noite e agora estabilizou no sábado à noite, fazendo concorrência direta com o Eixo do Mal, da SIC Notícias.

O “Combate de Blogs” é um programa que discute a atualidade política, social e económica, nacional e internacional.

É um debate moderado pelo jornalista Filipe Caetano que conta todas as semanas com a presença de dois, dos quatro bloggers residentes.

Os habituais combatentes são Nuno Ramos de Almeida, Tomás Vasques, Rodrigo Moita de Deus e Duarte Lino - bloggers influentes sobre temas que inquietam a sociedade.

## **1.2. Objeto de estudo e metodologia**

A crescente utilização dos *blogs* torna necessária uma reflexão sobre o seu papel na comunicação de massas. O objetivo desta dissertação é analisar a contribuição do cidadão jornalista na produção e disseminação da notícia no programa “Combate de Blogs” da Tvi24.

Tomás Vasques, Rodrigo Moita de Deus, Duarte Lino e Nuno Ramos de Almeida são os combatentes residentes do programa tendo cada um o seu *blog*.

Hoje há conquilhas, amanhã não sabemos – Tomás Vasques

<http://hojehaconquilhas.blogs.sapo.pt/>

31 da Armada – Rodrigo Moita de Deus

<http://31daarmada.blogs.sapo.pt/>

Cachimbo de Magritte – Duarte Lino

<http://cachimbodemagritte.com/>

5 dias.net – Nuno Ramos de Almeida

<http://5dias.net/>

A autonomia dos bloggers nos processos de interação no ciberespaço fazem com que os sujeitos, tradicionalmente identificados como emissor ou como recetor pelas teorias da comunicação, abandonem tais condições exclusivas e conjuguem espaços e funções através do fluxo multidirecional de mensagens.

Como os *blogs* partem da iniciativa pessoal e resultam dos gostos e tendências do seu autor ou autores, vamos tentar perceber se há uma relação direta entre aquilo que escrevem no *blog* e o programa de televisão “Combate de Blogs” da Tvi24.

Na construção desta investigação é importante clarificar a questão que irá condicionar todo o desenvolvimento do estudo. Entendemos que está clara, pertinente e exequível, abrangendo basicamente todos os conceitos delineados.

A principal questão de investigação que orientou este estudo foi a seguinte:

**Existe a presença do cidadão jornalista/jornalismo participativo no programa “Combate de Blogs”?**

Pressupõe-se que a origem tradicional das notícias tenha sofrido uma significativa alteração com a emergência da blogosfera - é este o aspeto que a questão pretende aferir.

O problema colocado pela pergunta de partida desempenha um papel fundamental na fase inicial do estabelecimento de hipóteses de estudo, proposições estabelecidas que pretendem responder à interrogação colocada.

Estas são as hipóteses elaboradas por nós e que dão o mote para a execução da nossa investigação:

- 1- A emergência do jornalismo participativo que surgiu nos *blogs* configurou novas formas de interação com o público, democratizando o debate político?**
- 2- A blogosfera e a esfera mediática abriram caminho na direção de uma comunicação mais integrada, abrangente e interessante?**

As questões que derivam da proposição pretendem orientar a investigação, sendo alvo de confrontação com os dados obtidos no último capítulo desta dissertação.

Para encontrar a resposta adequada procurar-se-á fazer uma análise dos factos o mais objetiva possível, de modo a dotar o trabalho de uma base científica e inteligível.

Os *blogs* mencionados anteriormente, assim como o programa “Combate de Blogs” foram analisados, durante o mês de agosto no ano de 2011. Além dessas análises, também foram realizadas entrevistas por telefone aos bloggers Tomás Vasques, Rodrigo Moita de Deus, Nuno Ramos de Almeida e Duarte Lino. O apresentador e jornalista do programa “Combate de Blogs” respondeu a uma série de questões enviadas por correio eletrónico e, para complementar a investigação, achamos pertinente entrevistar a professora Concha Edo – professora e investigadora da Universidade Complutense de Madrid e ainda o professor Luís António Santos – professor e investigador da Universidade do Minho. Estas entrevistas visaram recolher informações sobre assuntos e práticas jornalísticas relacionadas com o jornalismo participativo e a blogosfera.

As opções metodológicas escolhidas vão tentar analisar se existe o fenómeno do jornalismo participativo no programa “Combate de Blogs”. A internet, como meio de comunicação, trouxe uma série de alterações na configuração dos meios de comunicação social, não apenas redefinindo os meios tradicionais, mas criando e ampliando novas interações.

A escolha do tema prendeu-se com o fato de os *blogs* serem uma realidade como meio de comunicação. É uma temática interessante e pertinente, pois a investigação feita pretende contribuir para o avanço do conhecimento do tema em estudo.

Devido ao avanço das tecnologias, em poucos anos, esta dissertação poderá servir também de registo histórico para futuros investigadores, lembrando um período em que o cidadão comum começou a ter um papel mais ativo na esfera mediática.

A presente dissertação está dividida em três partes essenciais: no primeiro é apresentada a revisão bibliográfica, que sustenta teoricamente o trabalho empírico. Na sequência, explicamos o âmbito da investigação e a metodologia usada e, finalmente, no terceiro demonstra-se a operacionalização do estudo e a apresentação dos resultados.

Os resultados e interpretações dos dados da investigação são acompanhados na etapa final da dissertação, seguida por uma conclusão e referências bibliográficas.

## 2. Enquadramento teórico

### 2.1. O *Blog*

Os *blogs* constituem um importante meio de comunicação, no qual é possível encontrar uma notável diversidade de temas abordados, da vida privada à tecnologia, da política à economia, há *blogs* para todos os gostos.

*Blog* é uma abreviação que resulta das palavras inglesas *Web* (rede) e *log* (diário de bordo onde os navegadores registavam os eventos das viagens.) O número de *blogs* constitui um dos fenómenos mais marcantes da internet na atualidade. A quantidade de elementos de definição é variada, mas a mais popular é aquela que descreve um *blog* a partir da presença de textos organizados por ordem cronológica reversa, datados e atualizados com a frequência pelo seu autor.

Jenkins considera que:

*"Blog" is short for "Web log." Several years ago, heavy Web surfers began creating logs-compendia of curious information and interesting links they encountered in their travels through cyberspace. Improvements in Web design tools have made it easier for beginners to create their own Web logs and update them as often as they wish-even every five minutes, as this guy was doing. Blogs are thus more dynamic than older-style home pages, more permanent than posts to a Net discussion list. They are more private and personal than traditional journalism, more public than diaries."*(2006:179)

Sébastien Paquet (2002), para a Universidade de Montreal, publicou o artigo *"Personal knowledge publishing and its used in research"* onde descreve o que são os *blogs* e explica como estes estão a alterar os padrões de comunicação na Web dizendo que *"Weblogs may be viewed as an evolved form of personal Web pages, or "home pages"*. O autor considera que os *blogs* estão na raiz do que chama de *personal knowledge publishing*.

Esta parece ser a palavra-chave que caracteriza esta ferramenta, que identifica o espaço virtual como um *blog*: a publicação do conhecimento pessoal, ou seja, a relação direta do blogger com o que é veiculado e o contacto que ele, em diferentes graus, mantém com seus leitores.



José Luis Orihuela, professor catedrático da Universidade de Navarra em Espanha, conferencista e blogger propõe a seguinte definição de *blog*:

*“Um site da web que se compõe de entradas individuais chamadas anotações ou histórias dispostas em ordem cronológica inversa. Cada história publicada fica arquivada com sua própria direção URL e atrelada a outras, assim como a data e hora da sua publicação. Em inglês o termo “log” designa o registo da atividade de um servidor, e num sentido mais amplo refere-se a um diário, como “travelog”, para os clássicos diários de viagem.” (2006:34)*

E, embora uma primeira definição para os *blogs* seja de diário pessoal, há outros conceitos utilizados quando nos referirmos a eles. Lasica (2001) define o *blog* como *“um conjunto de comentadores com apontadores para outros sites.”* Já Schmidt (2007) diz que os *blogs* são:

*“Frequently updated websites where content (text, pictures, sound files, etc.) is posted on a regular basis and displayed in reverse chronological order. Readers often have the option to comment on any individual posting, which is identified by a unique URL.”*

Na realidade, os *blogs* podem ser considerados diários, mas em formato digital podemos descrever um *blog* como um website flexibilizado com mensagens organizadas em ordem cronológica e com uma interface de edição simplificada, através da qual o autor/autores podem inserir novos posts sem a necessidade de escrever qualquer tipo de código em HTML.

*“Weblogs are a massively decentralized conversation where millions of authors write for their own audience; the conversation arises as webloggers read each other and are influenced by each other’s’ thoughts. It is through the constant process of reading, writing and referencing that authors come to know each other at an informal level.”(MATHESON, 2004)*

O *blog* tem duas características: primeiro, oferece a possibilidade de explorar todo o conteúdo multimédia, publicá-lo à distância de um clique e, em segundo lugar, os conteúdos são suscetíveis de receber comentários dos utilizadores. Assim, o *blog* não é apenas uma ferramenta de informação, é essencialmente uma ferramenta de comunicação. A interatividade é um dos aspetos que, apesar de ser já possibilitado noutros meios anteriores, parece atingir na blogosfera a sua plenitude.

*“Quando uma ferramenta de comunicação pública consegue um impacto social de tal magnitude que transforma a cultura, então converte-se num meio. Assim como o livro, o rádio, a televisão, o cinema, o vídeo, o disco ou a imprensa, o weblog é um meio que, valendo-se da plataforma web, desenvolve sua própria linguagem e transforma a cultura”* (ORIHUELA, 2006:65)

Nesta nova era, a criação de *blogs* exige pouco conhecimento de linguagens de programação, o *blog* ganhou impulso e passou dos mil para os milhares com o surgimento das ferramentas gratuitas e de fácil utilização. A ferramenta de edição talvez tenha sido o impulso para que milhares de cibernautas se comesçassem a interessar pelos *blogs*. Não existem despesas relativas à manutenção da página, a não ser o tempo gasto no ciberespaço, o cibernauta encontra poucas restrições para conseguir ter um *blog* e, além disso é rápida a publicação que permite modificações sempre que desejar. De facto, a facilidade com que qualquer pessoa coloca conteúdos no seu *blog* está a redefinir os papéis dos tradicionais mediadores na produção de conteúdos.

Edo (2009:10) afirma que a possibilidade de ter o seu próprio espaço, sendo que o único esforço é enchê-lo com maior ou menor frequência, tem sido uma mudança decisiva na evolução da comunicação.

Sem a exigência de grandes conhecimentos técnicos, os cidadãos têm à sua disposição um leque de possibilidades que permite a participação no espaço público ou a simples partilha de ideias. Talvez essa seja a grande inovação do *blog*, o carácter aberto a qualquer um que queira utilizar esta ferramenta e, ao mesmo tempo, estar inserido numa comunidade interconectada capaz de fazer ressoar assuntos que ganham relevância dentro do amplo contexto mediático.

*“Os bloggers provêm de meios diversos e, muitas vezes, oferecem aos leitores explicações extremamente bem fundamentadas e análises de artigos noticiosos relacionados com o campo em que são especialistas”* (BLOOD, 2004: 35)

Os *blogs* permitem que cada um dê a sua opinião sobre um determinado assunto. A participação de pessoas sem formação profissional na produção e distribuição de informações através da internet é motivo de discussão em vários segmentos da sociedade. Uma das principais características desta tecnologia é que, além de possibilitar que qualquer um alimente a rede com novos conteúdos, também permitem que outros interajam com esse mesmo conteúdo.

Coletivamente, os *blogs* e as suas múltiplas hiperligações são referidos como “blogosfera”, um termo cunhado por analogia como um espaço para o exercício da comunicação pública e liberdade de expressão individual.

Considerados verdadeiros nichos informativos, os *blogs* preenchem as lacunas dos meios de comunicação tradicionais.

Estalella (2005):

*“La blogosfera es un espacio abierto. Cualquier a puede participar, pêro no todos tienen la misma visibilidad. (...) La blogosfera es un espacio extenso sin límites definidos, muy diferente en este sentido a otros géneros de comunicación, espacios o agrupación es en Internet como por ejemplo un chat, un grupo de noticias o una lista de correo, donde los límites del espacio de comunicación se encuentran perfectamente marcados.”*

Claro que sempre houve espaço para algum diálogo no jornalismo. O leitor poderia ligar ou enviar uma carta para a redação de um jornal, em alguns programas de rádio há a possibilidade de interagir em direto, via telefone mas, pela primeira vez as duas pontas do processo jornalístico - o emissor e o recetor, segundo as teorias da comunicação convencionais - interagem através do mesmo meio, em pé de igualdade. A imprensa escrita, televisiva e radiofónica eram um meio de um para muitos, o telefone um meio de um para um. Agora, dispõe-se de um meio que pode ser tanto de um para um, como de um para muitos e principalmente, de muitos para muitos.

A blogosfera deu origem a uma nova dinâmica de propagação de informação, em função do seu imediatismo e também interatividade ampliado com o poder quase infinito de alojamento de *blogs* proporcionado pelo *blogspot.com*.

Hoje, os *blogs* exercem um importante significado dentro da sociedade, extrapolando o espaço virtual da internet para o cotidiano. A diversidade de *blogs* possibilitou que estes dispositivos ampliassem a sua importância social, deixando de ser apenas diários *on-line* de cidadãos para se consolidarem como um novo espaço comunicativo e um novo meio de ação social que, a cada dia, conquista um número maior de leitores criando um público cativo para a discussão dos seus conteúdos.

Para Barbosa e Granado:

*“A capacidade de contatar, no imediato, com um outro utilizador da rede nos antípodas do espaço geográfico, e receber resposta quase imediata, abre um conjunto alargado de possibilidades, criando uma conjuntura, nunca antes possível, de comunicação global”.* (BARBOSA e GRANADO, 2004:11)

Os *blogs* constituem atualmente uma rede de produção, circulação, transmissão e debate de informações, formando comunidades de bloggers e alimentando um novo público que procura fontes alternativas de informação que complementem as tradicionais. Os *blogs* oferecem aos visitantes pontos de vista distintos para os acontecimentos, novas interpretações e novas informações permitindo também que os utilizadores emitam comentários sobre os temas abordados.

De uma forma geral, a blogosfera é composta por bloggers independentes que criam as suas redes e promovem debates, discussões e ações à margem dos grandes portais da internet e dos media tradicionais. Neste sentido, podemos considerar que os *blogs* criam novas possibilidades de interação social que abrem canais de comunicação, permitindo um fluxo diferenciado de informações. Trata-se de um processo onde os envolvidos são ao mesmo tempo, produtores, emissores e recetores. Barreiras geográficas, espaciais, técnicas ou temporais são quebradas graças à internet e a interação com o público pode ser mantida através do mesmo suporte - o computador -, ao contrário do que acontece, na maioria das vezes, com os meios de comunicação tradicionais onde a participação do público se dá através de outros suportes.

## 2.2. A blogosfera como espaço de debate e democracia participativa

Numa entrevista dada a Juan Milleiro, Orihuela (2006) define a blogosfera como sendo um espaço anárquico, não hierarquizado, informal e descentralizado onde convergem a multiplicidade de culturas, comunidades e tradições para gerar de forma coletiva, distribuída e espontânea informação, opinião e conhecimento.

O desenvolvimento tecnológico sempre trouxe modificações e novos desafios a todos os setores da sociedade. A emergência das redes de comunicação promovidas, essencialmente, pelo avanço da Internet invadiu atividades como a cultura e a política, desenvolvendo novas formas de interação social.

**Canavilhas (2004):**

*“Na blogosfera, o participante pode estar em qualquer local do mundo, tendo como única regra de participação, compartilhar um idioma com os seus interlocutores. Na blogosfera, o blogger não precisa de revelar a sua verdadeira identidade, o que permite uma participação mais descomprometida. Na blogosfera, o acesso ao espaço mediático não depende de qualquer tipo de organização. É por tudo isto que a blogosfera é entendida como uma verdadeiro espaço de liberdade de opinião.”*

O leitor abandona a passividade que até então o caracterizava, desenvolve a capacidade interventiva e passa a ser não só recetor como emissor. Nos *blogs* há uma troca constante de dados, onde a produção e a partilha da informação vão muito além da transmissão pura e simples. Nos outros meios de comunicação há espaços destinados aos leitores, mas nos *blogs* a participação é ampliada, está mais próxima e ocorre no sentido horizontal.

No trabalho “*A explosão dos weblogs em Portugal: percepções sobre os efeitos no jornalismo*”, Luís António Santos diz o seguinte:

*“Os weblogs tornaram-se espaços alternativos de comunicação, onde cada um pode ter a tal ‘voz’ que tantas vezes lhe foi prometida. Sendo certo que poderá existir, na participação efetiva na blogosfera, tanto de projeção do ego como de voyeurismo, parece-nos não menos verdade que, apesar disso, as tais ‘vozes’ estão lá, no mais dos*

*casos abertas à discussão e em todos eles disponíveis para escrutínio.” (SANTOS, 2004)*

São novos papéis que emergem e que coincidem com a passagem de uma comunicação centralizada e unidirecional para infinitas possibilidades oriundas do fenómeno da mediatização.

*“Hasta ahora los medios se dirigían a grandes grupos de personas más o menos indefinidos: eran los medios de comunicación de masas y su discurso tenía una apariencia casi monolítica. Pero esas dimensiones han cambiado para dirigirse a la personalización, a los pequeños grupos con entidad propia que reclaman un tipo concreto de información.”(EDO, 2006:7).*

É a interatividade no seio do ciberespaço, que permite ao utilizador interagir com os conteúdos comunicacionais que surgem na web. *“A interatividade é a passagem da mediação para a criação. Os usuários deixam de ser objetos de manipulação, para se converterem em sujeitos que manipulam.” (VILCHES 2003:234)*

A emergência dos *blogs* como fontes de informação tem provocado mudanças profundas não apenas no jornalismo como também nos processos de produção e difusão informativa. Quando um cidadão começa a escrever num *blog* nunca imagina a repercussão que o que está sendo escrito terá e, por vezes, a repercussão é bastante grande, não apenas a do “post”, mas sim a do próprio *blog*.

Em março de 2007, a graduação de José Sócrates em Engenharia Civil, obtida na Universidade Independente, foi posta em causa bem como o uso do título engenheiro quando ainda era engenheiro técnico ou apenas licenciado em engenharia civil. O segundo momento de tensão com os media surge com o chamado caso Freeport. Em janeiro de 2009 José Sócrates é acusado de, quando era Ministro do Ambiente, ter aligeirado restrições ambientais, depois da intervenção de um seu tio e um seu primo, para conceder uma licença à empresa britânica Freeport, a fim de construir um centro comercial em Alcochete. Genericamente, o Primeiro-Ministro estava sob a suspeita de quando era Ministro do Ambiente ter aceite algumas formas de aliciamento conduzidas através dos seus familiares para permitir a construção de um Centro Comercial numa zona em que recaíam restrições ambientais.

Estes temas aqueceram a blogosfera tornando-se em muitos casos um importante espaço de discussão política, que se articulou em rede de forma colaborativa e interativa, atuando de maneira mais democrática e quebrando o monopólio da informação política dominado pelos media tradicionais.

A crise política que Portugal atravessou e marcou o ano de 2011 foi ambiente fértil para a proliferação desta forma de comunicação política. Cidadãos comuns, dispostos a procurar novas informações e opiniões e mesmo a expressar os seus próprios sentimentos e impressões sobre o mundo da política em Portugal chamaram a atenção dos media clássicos através dos seus *blogs*.

No campo político os *blogs*, podem atuar de diversas formas, destacando a produção, difusão e circulação de informação política, emissão de comentários ou análises e mobilização política. Os *blogs* de política tornaram-se lugar de discussões e tomada de posição pública, começando a ganhar destaque dentro do jogo político contemporâneo, seja como ferramenta de promoção de candidatos, seja como novo espaço para a realização do debate político criando esferas alternativas aos meios de comunicação tradicionais.

Nos *blogs* que são objeto de estudo desta dissertação, a discussão política fervilha como não acontece noutros meios.

O *blog* “Cachimbo de Magritte” (Duarte Lino) e “31 da Armada” (Rodrigo Moita de Deus) são uma referência da Direita na blogosfera. A Esquerda é defendida pelos *blogs* “Hoje há conquilhas, amanhã não sabemos” (Tomás Vasques) e “5dias.net” (Nuno Ramos de Almeida). Esta dualidade, Direita-Esquerda, que encontramos nestes *blogs* transformam este espaço virtual num verdadeiro debate político.

No artigo “*Mediating hope: New media, politics and resistance*” Fenton (2008) escreve:

*“The internet is now home to a multitude of groups dedicated to objecting to and campaigning against particular issues and politics. These public communications online have been argued to be part of the process of realizing the public sphere – a space where democracy can be enacted.”*

Os *blogs* rapidamente se configuraram como um espaço social diverso, até certo ponto democrático, para expressão individual, interação e informação noticiosa, suscitando uma estreita convergência com o campo jornalístico e literário. Podemos, por

exemplo, referenciar a cobertura internacional da invasão do Iraque, que se valeu largamente de *blogs* de jornalistas iraquianos, quebrando assim um monopólio de décadas das grandes agências noticiosas.

A blogosfera configura-se como uma nova arena de debate político, onde os diferentes atores procuram posicionar-se e legitimar o seu discurso. O acesso à esfera pública sendo aberto a todos os cidadãos, significa que existe uma pluralidade de intervenientes e de pontos de vista.

A interatividade é assim uma das grandes diferenças dos media digitais, uma vez que, ao contrário do rádio, da televisão e da imprensa, a internet oferece a oportunidade para que cidadãos comuns, partidos políticos e candidatos interajam. Ainda que os media tradicionais cumpram o seu papel fundamental no sistema democrático, com a promoção e transparência das ações políticas, as suas características técnicas não permitem que os cidadãos tenham oportunidades, por exemplo, de interagir e dar voz à sua opinião.

Esta interatividade proporciona novos modos de criar comunidades online, nas quais os participantes discutem, trocam, partilham informações e ideias. Dado o papel importante dos *blogs*, nomeadamente os políticos, a reflexão sobre as potencialidades democráticas da blogosfera enquanto meio de comunicação é essencial para entender o debate político atual. Além disso, a blogosfera torna-se uma ferramenta que potencia a participação democrática.

Reese, Rutigliano, Hyun e Jeong (2007) salientam:

*“Each node in the network is there because it links to another or is linked to by another, or both. The network is dynamic as new links form, old ones decay, and traffic moves quickly to cluster around the most popular locations of the moment.”*

A internet, nomeadamente a blogosfera, criou uma arena de discussão política completamente diferente do tradicional espaço público político. Zamith acredita na concorrência dos blogs, porém:

*“Quem tem razões para temer esta “concorrência” da blogosfera não são os jornalistas, mas sim os comentadores e colunistas. O êxito de alguns blogs está já a alargar o leque de “opinion makers”, não sendo de estranhar a recente “invasão” da blogosfera por colunistas dos media tradicionais.” (ZAMITH, 2003:3)*



Os bloggers podem acionar, entre outros, o mecanismo de publicação de comentários de leitores. Com isso, criam um espaço para receber opiniões e eventuais discussões do próprio autor do *blog* com os seus leitores e mesmo destes entre si. Este mecanismo permite um considerável grau de participação e de expressão de opinião dos quais podem tomar parte cibernautas separados no espaço e no tempo.

Há casos de bloggers que saltaram do online para os meios de comunicação tradicionais. Pedro Mexia, Pedro Lomba e João Pereira Coutinho com o *blog* “Coluna Infame” são hoje *opinion makers*. Pedro Lomba tem uma coluna de opinião no jornal “Público”, Pedro Mexia é um dos membros do “Governo Sombra” da TSF e João Pereira Coutinho participa no programa “A torto e a direito” da Tvi24.

Rui Tavares e Daniel Oliveira, com o *blog* “Barnabé”, são outro exemplo desta passagem do online para o chamado “plateau”, uma vez que ambos têm colunas em jornais. O Rui Tavares no jornal “Público”, Daniel Oliveira no jornal “Expresso” tendo ainda uma participação no programa de televisão “Eixo do Mal” da SIC Notícias.

Dando mostras da importância atribuída a este suporte que é a blogosfera, a Tvi24 apostou no programa “Combate de blogs”. No fundo, o debate que se proporciona na blogosfera cria fontes fidedignas de opinião e informação que poderão ser consultadas pelos profissionais dos meios de comunicação de massa.

Parece-nos pertinente referenciar Rodrigues que diz:

*“Os blogs permitem criar uma verdadeira esfera de visibilidade pública. Porém, essa situação parece só se concretizar quando existe uma espécie de feedback nos media tradicionais, mesmo quando alguns já conseguiram uma autonomia, visibilidade e até credibilidade próprias.”* (2006:62)

Tomás Vasques, Rodrigo Moita de Deus, Duarte Lino e Nuno Ramos de Almeida criaram através dos seus *blogs* um instrumento de observação dos interesses, opiniões e preocupações da sociedade e um meio (indireto) de influência no debate e nas decisões políticas.

A televisão, neste caso a Tvi24, não tardou a reconhecer nestes bloggers o mérito de *opinion makers* e passou a ver os *blogs* não como “rivals” mas sim como parceiros. O “Combate de Blogs” é a prova de como se passa do online para o grande ecrã.

Os quatro *blogs* aqui estudados tiveram a possibilidade de se tornarem referências de informação, trazendo análises sobre a política para o cotidiano dos seus leitores, extrapolando o virtual da internet e entrando na casa dos espectadores através da televisão.

Estes *blogs* que analisam a política consolidaram-se como um novo espaço comunicativo e um novo meio de ação social que a cada dia conquista um número maior de leitores e cria um público. Os quatro *blogs* estudados são apenas um pequeno exemplo entre tantos outros *blogs* que têm uma grande afluência diária de visitantes e escrevem diariamente sobre temas tão variados como política, economia e cultura. São exemplo os *blogs*:

O arrastão <http://arrastao.org/>

Blasfêmias <http://blasfemias.net/>

Abrupto <http://abrupto.blogspot.com/>

Do Portugal Profundo <http://doportugalprofundo.blogspot.com/>

São também *blogs* políticos que assumem determinada postura em relação à política e contribuem para o debate. No fundo são fóruns que criam novas possibilidades de comunicação entre os utilizadores.

Tendo em conta o crescente público da internet, a inexistência de uma legislação eficaz neste tipo de veículo, a facilidade de publicação e a expressão de opiniões, os *blogs* tornaram-se o espaço perfeito para se manifestar opinião política. Se antes era necessário subir ao palanque num comício ou numa audiência de assembleias legislativas, na internet, políticos, simpatizantes da política e anónimos encontraram um espaço com uma maior amplitude para transmitir a sua opinião.

Canavilhas (2004) *“A variedade e qualidade da opinião disponível na blogosfera transformaram este espaço virtual num fórum de discussão impar, com regras e características muito próprias, a mais importante das quais é, quanto a mim, a completa liberdade de acesso ao espaço blogosférico.”*

Os meios de comunicação tradicionais são uma fonte de informação vertical, onde existe o emissor e recetor, na blogosfera, por sua vez, possibilita-se que os

recetores sejam também produtores de informação. Com isto é possível ponderar uma nova relação de forças que pode ser considerada mais horizontalizada se comparada com a dinâmica proporcionada pelos meios tradicionais. Assim, uma das características marcantes do *blog* é a possibilidade de abertura para uma participação dos leitores na produção e avaliação dos conteúdos disponibilizados online. Quando utilizados como veículos noticiosos, os *blogs* trazem para o jornalismo uma possibilidade de inclusão do público no processo de produção e troca de conteúdos.

No espaço virtual, observa-se uma multiplicidade de vozes, oriundas dos mais diversos locais geográficos, dispostas a contar as suas histórias. Os *blogs* mostraram aos produtores de conteúdo que havia um público curioso por acompanhar páginas atualizadas constantemente, comentar factos e compartilhar conhecimento. De uma relação quase estática entre emissor e recetor, vive-se agora um momento em que o jornalismo abre cada vez mais espaço para a participação do público.

Nos meios de comunicação tradicionais, a informação, até ser veiculada, passa por diversos filtros hierárquicos de edição (*gatekeepers*) podendo assumir, inclusive, uma edição final diferente daquela que foi imaginada pelo seu autor. Na blogosfera, isto dificilmente acontece, os indivíduos têm maior liberdade para publicar o material que desejam sem precisar passar por um editor. Canavilhas (2004) adverte:

*“Não se trata, obviamente, de um dispositivo informativo de massas, mas acaba por ter uma importância assinalável por ser aqui que alguns meios de comunicação tradicionais recolhem informações e opiniões, reproduzindo e ampliando os efeitos da blogosfera para um público mais vasto.”*

Os meios de comunicação de massa tradicionalmente apresentavam as questões centrais que seriam motivo de preocupação dos políticos, contudo, a blogosfera tem potencialidades para identificar e mesmo produzir as questões com as quais os meios de comunicação de massa devem trabalhar. A blogosfera constrói uma nova forma de escrita e consequentemente de leitura, o sistema editorial é posto à prova através da participação cívica online, repleta de contributos que são colocados gratuitamente ao acesso de todos, não tendo, portanto, de passar pela censura ou aprovação de nenhum chefe de redação. Já os comentários dos leitores são uma nova dimensão de sociabilidade porque representam a esfera pública no espaço virtual.

Sobre o tema diz Rodrigues:

*“Podemos mesmo falar numa multiplicidade de espaços públicos que vigoram graças à crescente utilização de novas tecnologias da informação e da comunicação. É assim possibilitada a criação de novas esferas públicas onde se desenvolve o debate com base na troca de argumentos.”* (RODRIGUES, 2006:19)

É problemática a defesa da internet ou dos *blogs* (jornalísticos ou não) como espaços democráticos, já que a ampla participação dos cidadãos não é garantida e a argumentação nem sempre é tão racional quanto se desejaria. Contudo, é pertinente considerá-los como espaços que incrementam e enriquecem a esfera pública, servindo como lugares complementares para as práticas do debate e da discussão racionalmente argumentada.

Os *blogs* analisados são um local de debate entre as diferentes esferas, provocando o trânsito de informações, assuntos públicos e opiniões livres.

### **2.3. Uma nova esfera pública?**

Terá sido no século XVIII que a esfera pública emergiu e adquiriu significado concreto enquanto espaço de discussão da burguesia sobre o exercício do poder político. Esta esfera pública mediava as relações entre a sociedade civil e o estado regendo-se por critérios institucionais de funcionamento como a igualdade e a inclusão, constituindo um espaço de crítica sobre temas de interesse geral. Desta forma, a esfera pública constitui uma instância que coloca a comunicação no centro do debate político e público ao interligar indivíduos e permitir a formação de eventuais consensos.

Segundo Habermas, pode-se entender a esfera pública como sendo o domínio da sociedade onde a opinião pública é formada e fundada.

*“A esfera pública burguesa pode ser entendida inicialmente como a esfera das pessoas privadas reunidas num público; elas reivindicam esta esfera pública regulamentada pela autoridade, mas diretamente contra a própria autoridade, a fim de discutir com ela as leis gerais da troca na esfera fundamentalmente privada, mas publicamente relevante, as leis do intercâmbio de mercadorias e do trabalho social.”* (1994:42)

A esfera pública de Habermas é burguesa na medida em que exclui a classe plebeia. A reflexão sobre o pensamento deste autor parte da obra intitulada *Mudança Estrutural da Esfera Pública* (1984), publicada em 1962, numa visão social e crítica da comunicação.

Quando Habermas formula o conceito de esfera pública nesta obra, fá-lo incluindo espaços como a imprensa, os salões, os cafés, ou seja, os espaços frequentados pela classe burguesa à época. A imprensa, considerada como fenómeno social do início da sociedade moderna, oitocentista, ao lado da literatura, era de facto fomentadora de opiniões e reflexões políticas que viriam a contribuir para o debate político no período histórico citado.

Se nos media tradicionais os interesses políticos e económicos que determinam os conteúdos veiculados são controlados por aqueles que têm o poder sobre o órgão de comunicação, na internet todos podem atuar como emissor, graças à sua estrutura horizontal e aberta. O acesso à difusão de comunicação está agora aberto, sem as restrições impostas pelos media tradicionais.

A internet e a blogosfera são capazes de potencializar a reestruturação de esferas públicas mais abertas. Observando os *blogs* em análise percebemos que estes possuem condições de reciprocidade que lhes dão potencial para promover um espaço de debate entre múltiplas vozes da sociedade.

Para Rodrigues os *blogs*:

*“Impulsionam a formação de novos espaços de debate e discussão, o que em determinados pontos faz lembrar algumas ideias defendidas por Jürgen Habermas, apesar das situações, até pelo seu contexto histórico, serem completamente diferentes”* (2006:11).

Possibilitando a inserção de pessoas que até agora eram apenas recetores, a blogosfera promove a descentralização do poder enunciativo que antes se concentrava nas mãos dos media tradicionais. A troca livre de ideias possibilitada a todos conduz ao conceito de democracia que só existe se os cidadãos puderem expressar-se, trocar argumentos e dar a sua opinião livremente.

A alteração tecnológica foi uma das causas que contribuiu para uma mudança radical do espaço público e nos *blogs* prevalece um ambiente de interlocução, de troca de informações e de opiniões. Para Rodrigues:

*“Os blogs vêm permitir algo novo, algo que os media de massas não podiam dar, pelo menos com total plenitude: a possibilidade de cada um dar sua opinião sobre um determinado assunto”.* (2006:21)

A blogosfera permite novas modalidades de informação, interação e discussão que constitui um novo impulso da esfera pública. Nos quatro blogs analisados, estes surgem como espaços privilegiados de troca de ideias, onde muitas vezes verificamos não só posts com a intenção de informar como também esclarecer, formar e incentivar a reflexão coletiva.

Apesar do debate nesta esfera continuar a ser feito por uma classe social com escolarização elevada, os *blogs* representam uma expansão ao nível dos temas e das oportunidades de discussão relativamente aos media tradicionais. Permitem a expressão da capacidade individual para pensar e agir, mas também manifestam projetos políticos, sociais e culturais, promovendo uma nova esfera de atuação e discussão na e para a democracia.

Nas discussões políticas debatidas em espaços públicos virtuais, como os *blogs*, são garantidas algumas das características que marcam a esfera pública, como por exemplo o facto de os leitores/ utilizadores terem ampla liberdade para se expressarem sem que as suas mensagens sejam editadas ou censuradas. Os *blogs* são um espaço onde qualquer cidadão pode escrever sem atender a linhas editoriais ou interesses, o que, de certa forma, os torna num espaço muito parecido com os jornais que datam da primeira fase da imprensa. A argumentação, que também é um pressuposto da constituição da esfera pública, está presente. Embora não se possa afirmar o pleno entendimento e a chegada a qualquer conclusão, o facto é que os bloggers discutem, argumentam e expõem os seus pontos de vista para a apreciação dos restantes membros do debate.

Por este motivo o conceito de esfera pública tem sido revisitado em diversos estudos sobre os “novos media”, (Downey e Fenton 2003; Rodrigues 2006) pois estes permitem ultrapassar bloqueios existentes, nomeadamente, pela pluralidade das possibilidades de emissão. Em muitos casos, os *blogs* assumem-se como espaços de cidadania e participação cívica, difíceis de alcançar em qualquer outro meio.

O que interessa ressaltar é a existência de *blogs*, que não representam um movimento social, mas influenciam os meios de comunicação tradicionais e o debate público.

O programa da Tvi24 “Combate de Blogs” abriu espaço para novas vozes, novos atores sociais e possibilitou a inserção de personalidades antes “anónimas” descentralizando assim o poder que antes se concentrava nas mãos dos *opinion makers*. No nosso objeto de análise verificamos que os bloggers deixaram de ser representados e passaram a ser reconhecidos pela sua própria voz através dos seus posts e no programa semanal “Combate de Blogs” através dos seus próprios relatos no grande ecrã.

Downey e Fenton (2003) defendem o uso de uma contra-esfera pública através da internet, ou seja, um domínio social onde circulam discursos ignorados pelos meios de comunicação tradicionais. Grupos que não tinham a oportunidade, por uma razão ou outra, de se fazer “ouvir” na esfera de visibilidade pública predominante, encontraram na internet, nomeadamente na blogosfera, a oportunidade de dar o seu recado.

*“The internet offers them a way not only of communicating with supporters, but also the potential to reach out beyond the ‘radical ghetto’ both directly (disintermediation) and indirectly, through influencing the mass media.”*(DOWNEY e FENTON, 2003)

No fundo, alegam uma disputa entre a internet e os meios de comunicação tradicionais. Efetivamente, a internet e sua peculiar forma de expressão cultural colabora para a criação de uma consciência crítica maior entre utilizadores.

Na esfera pública de Habermas, o autor considera que a auto-consciência burguesa era uma consciência com um papel preponderante dentro de um mercado de bens de consumo numa sociedade capitalista, passando esta realidade para a atualidade num mercado globalizado e interligado pela internet. Fica claro que o consumidor, sendo também produtor da informação, evolui com ela, e isso pode conduzir à criação de uma consciência crítica, o que poderá levá-lo a querer fazer parte da discussão dos rumos da sociedade na qual está inserido.

Os *blogs* analisados, assim como o programa “Combate de Blogs”, promovem ações civis com importância dentro da esfera pública pois interferem politicamente, refletem e criticam os acontecimentos sociais, políticos e económicos promovendo assim a cidadania e a defesa dos direitos. Existe aqui subjacente o conceito de dever de cidadão em contribuir para a revitalização da vida pública.

Dentro deste contexto considera-se que a revolução do ciberespaço tem potencial para reestruturar as relações na esfera pública, o que pode resultar em

significativas repercussões sobre a vida democrática. As possibilidades de interação na internet têm gerado situações que desestruturam a organização comunicacional dos meios massivos, ou seja, aquela em que os recetores não têm opções de participação efetiva na construção das mensagens.

Os *blogs* são de facto um espaço onde se pode opinar e argumentar com liberdade e assim como nas esferas literárias do século XVIII, sempre oferecem espaços para réplicas, para que também se constituam num espaço de debate.

Com esta nova produção noticiosa nos *blogs*, as rotinas de produção noticiosa, os critérios de noticiabilidade, os valores de notícia e os hábitos profissionais tendem a modificar-se. Com os *blogs* transformados em verdadeiros canais de distribuição instantânea de notícias será pertinente abordarmos o conceito de gatekeeping, afinal os portões da informação estão hoje entreabertos. Antes, o jornalista era o “gatekeeper”, o porteiro, o único com a chave para abrir os portões e deixar passar a informação. Com a internet, nomeadamente a blogosfera, esse mesmo portão pode ser aberto por mais pessoas.

## **2.4. A figura do Gatekeeper transformada em Gatewatching**

O gatekeeping é a capacidade que o jornalista tem de seleccionar, filtrar e afirmar se determinado facto é ou não notícia. De acordo com esta explicação, as notícias resultam da seleção de acontecimentos com base nas opções particulares de cada jornalista.

Barzilai-Nahon (2008) no artigo “*Gatekeeping: A Critical Review*” explica que o gatekeeping surgiu com o psicólogo Kurt Lewin. O conceito foi apresentado pela primeira vez num artigo publicado em 1947 que versava sobre o momento da escolha na hora de adquirir alimentos. O gatekeeping serviu para descrever uma mulher ou mãe como uma pessoa que decide qual a comida que se irá colocar na mesa do jantar.

A teoria do gatekeeper, originalmente surgida no campo da psicologia e adaptada à análise comunicacional por David Manning White nos anos 50, dá ênfase à ação pessoal. Pensando em identificar os verdadeiros “guardiões dos portões” da informação, White fez um longo estudo a respeito da forma como um editor define o que irá para o jornal no dia seguinte e o que será simplesmente excluído. A conclusão de White foi a de que o processo de seleção é arbitrário e subjetivo na medida em que o



conhecimento de mundo, o nível cultural e as próprias experiências do editor é que definiam as escolhas. Assim, de acordo com a teoria resultante do estudo, o jornalista é um gatekeeper, um porteiro, que abre e fecha a porta para as notícias.

No livro *Modelos de Comunicação*, Mcquail cita Galtung e Ruge que definem gatekeeping como:

*“Um processo de seleções sucessivas de acordo com um certo número de valores ou critérios de noticiabilidade que influenciam a percepção dos acontecimentos.”* (GALTUND e RUGE in MCQUAIL, 1993:148)

De forma simples, *gatekeeping* é o processo de seleção do que é notícia, envolve vários elementos da redação, desde os jornalistas aos editores. Os fatores mais comuns nesta seleção costumam ser o interesse do público, o interesse público, o espaço disponível, entre outros, como por exemplo a linha editorial.

Uma vez que os “cidadãos comuns” são transformados em produtores, conclui-se que eles sejam também portões selecionadores (*gatekeepers*): de tudo que assistem e tomam conhecimento, escolhem o que mais interessar para publicar num veículo de informação on-line. O que resta, então, aos jornalistas?

Autores como Bruns (2005), Bastos (2000), Chung (2007) falam numa transformação no conceito de *gatekeeper*.

Chung (2007) adverte: *“The internet is reconfiguring previous practices of journalism, and the traditional gatekeeping approach of news production is continuously evolving.”* Muda o relacionamento do público com o meio e mudam também as características do meio. Essas mudanças estruturais no jornalismo surgiram principalmente a dois níveis: nas rotinas de produção e depois nas possibilidades de difusão das informações, pois com a internet as exigências em termos de formatos passaram a ser outras, assim como os próprios consumidores também se modificaram.

Assim, a lógica do gatekeeping faz todo o sentido nos meios tradicionais nos quais existem limitações de ordem espacial e temporal para a publicação de notícias.

O *gatekeeping* sempre foi uma representação intocável no jornalismo, mas com as novas formas de publicar as informações na internet, o papel do *gatekeeper* sofre alterações. Como na internet não há limitações de espaço, ao invés de selecionar as informações a serem publicadas, o papel do jornalista passa a ser o de selecionar que informações receberão destaque.

Axel Bruns, da Universidade de Queensland, na Austrália é um investigador desta área. No livro *Gatewatching: Collaborative On line news Production*, Bruns volta-se para a colaboração aberta de produção de notícias que caracterizam alguns *blogs* e vários sites como *Indymedia*, *Slashdot*, *Ohmynews* e questiona a função dos jornalistas neste novo modelo colaborativo: O que é jornalismo? E vai mais longe. Bruns coloca em discussão também a relação entre produtores e consumidores, que ele denomina de "*producers*". A argumentação central de Bruns é de que o jornalismo "mainstream" é ultrapassado (principalmente quando ainda mantém o modelo de *Gatekeeper*).

O fim do tradicional *gatekeeper* nos meios online está próximo, afirma Bruns (2005), e o seu papel aproxima-se muito mais dos de um editor, moderador ou guia de informação do que de um selecionador de acontecimentos. Para Bruns, o termo mais adequado para a função seria *gatewatching* e sugere "*In the process, the role of journalists and the definition of what constitutes journalism must also be reevaluated*". (2005:2). Se o *gatekeeping* faz sentido na análise dos meios de comunicação de massa, no ciberespaço ele tem menor força, Bruns considera que o termo *gatekeeper* não faz mais sentido e substitui-o pelo termo *gatewatcher* para o cidadão ou profissional que avalia a importância das informações, filtrando-as, ao invés de descartá-las e explica:

*"they observe what material is available and interesting, and identify useful new information with a view to channeling this material into structured and up-to-date news reports which may include guides to relevant content and excerpts from the selected material"* ( 2005:18)

*Gatewatching* seria assim "*The observation of the output gates of news publications and other sources, in order to identify important material as it becomes available*". (BRUNS, 2005:17) O autor vê assim a necessidade de algumas alterações no próprio papel do webjornalista a quem passará a caber a função de direcionar os leitores para as informações do seu interesse.

Bruns utiliza a denominação de *gatewatching* para se referir à participação do público na produção de informação e à consequente necessidade de redefinir o conceito de *gatekeeping*, enfatizando também a ideia de prosumer (consumidor-produtor). Assim, muitos dos elementos que caracterizavam as funções inerentes ao *gatekeeping* deixaram de fazer sentido. Por um lado, a seleção imposta pelo simples limite de espaço

dos meios de comunicação tradicionais, e por outro, a própria enumeração de critérios de noticiabilidade parece ser alargada porque, supostamente, tudo pode ser publicado.

Segundo este pesquisador, o *gatematching* é um processo que ocorre praticamente em tempo real, com respostas e opiniões. A multiplicação de canais de informação disponíveis hoje em dia mostra que esta é uma mudança sem retorno e que permite um aumento também das audiências que se tornam seletivas e voltadas para sites específicos, de acordo com o gosto e o interesse de cada um. São comunidades on-line que compartilham os mesmos temas e transformam os utilizadores em novos produtores de notícias e informações.

Pode pensar-se nestas comunidades como um novo espaço ambiental, que une cidadãos desconhecidos em torno de valores, costumes e culturas. A integração on-line cria um novo conceito para espaço e tempo, fora dos limites físicos.

Será exagerado falar do fim do *gatekeeping*, mas na verdade este conceito ganhou novos contornos, todas as possibilidades de publicação e difusão da informação por parte dos utilizadores na internet lançaram novos desafios ao jornalista.

Esta mudança surge devido a dois factores importantes: a multiplicação contínua de canais disponíveis para publicação e divulgação de notícias, especialmente desde o surgimento da World Wide Web como um meio popular e o desenvolvimento de modelos colaborativos para a participação dos cidadãos na criação de conteúdos.

A decisão sobre o que e em que quantidade publicar sempre coube aos media, atualmente na internet não há limites de tempo nem de espaço e qualquer um pode disseminar informação instantaneamente. Bastos (2000:64) cita pesquisadores como Hume (1995) e Harper (1997), que acreditam que os papéis de repórteres e editores como tradicionais *gatekeepers* irão desaparecer no *webjornalismo*. Para este autor, a necessidade de filtros permanece, embora não se possa garantir que a função continue sendo desempenhada apenas por jornalistas.

Alguns pesquisadores, porém, ainda defendem a função de *gatekeeper* do jornalista, visto que a tarefa é selecionar, escolher dentro de toda a gama de dados disponíveis, aquilo que parece ser o mais importante. Bastos (2000) sobre o fim da função de *gatekeeper* do jornalista defende que o jornalismo terá todas as condições para ser reinventado em vez de ser gradualmente eliminado.

O *gatematching* pode definir uma forma diferenciada de acesso à esfera pública de temas que, pelo *gatekeeping*, não ganhariam força o suficiente para tal. Antes de se pensar no *gatekeeping* e *gatematching* como rivais devemos observar a relação

simbiótica entre estes dois processos pela qual ambos dependem, em graus e escalas variadas, um do outro.

Mas não terá o jornalista as chaves que guardam as informações credíveis e úteis?

Na verdade, esta mudança de excluir o menos importante para destacar ainda o mais importante não é apenas uma possibilidade, mas uma necessidade, Bardoel e Deuze em *'Network Journalism: Converging Competences of Old and New Media Professionals'* vão mais longe e aplicam o conceito de “*guide dog*”, o cão-guia, que auxilia na hora de mostrar a melhor informação, o melhor conteúdo.

*“With the explosive increase of information on a worldwide scale, the necessity of offering information about information has become a crucial addition to the journalist’s skills and tasks. This redefines the journalist’s role into an annotational or orientational one - a shift from the watchdog to the ‘guide dog’ (BARDOEL e DEUZE, 2001)*

A propósito desta intervenção mais ativa dos leitores no processo de comunicação e na construção de uma opinião pública, torna-se interessante tentar perceber se será ou não possível falar de *blogs* como uma forma de jornalismo participativo.

Chung (2007) *“Users now make these decisions for themselves and choose what they want to consume.”* Segundo a visão da autora, uma das maiores dificuldades para os jornalistas no ambiente *online* é a perda parcial do papel de editor.

Quando os recetores passivos da televisão, do rádio e dos jornais deixam de ser apenas consumidores para interferirem e participarem de uma forma mais ativa no processo de produção para os media surgem inevitáveis hipóteses para o futuro da profissão. Algumas drásticas, apontando para o fim da atividade jornalística, e outras sinalizando novas possibilidades, por enquanto, apenas hipóteses que, no entanto, não descuram o processo de mudança pelo qual o jornalismo tradicional tem vindo a passar.

## 2.5. O jornalismo participativo

Para Dan Gillmor (2005), os ataques terroristas às Torres Gémeas no dia 11 de setembro de 2001 foram o motor de arranque para o “boom” do conceito de cidadão jornalista. É claro que já se ouvia falar deste termo quando surgiram os *blogs* mas a partir desta data, o fenómeno assumiu uma nova proporção. Pela primeira vez, pessoas comuns passaram não só a divulgar informações noticiosas em larga escala, como, em muitos momentos, os media procuravam na internet depoimentos exclusivos, fotografias ou imagens capturadas por telemóvel:

*“Por entre o pavor daquelas horas e dias, surgiu uma nova forma de relatar os acontecimentos. Através do e-mail, das listas de correio eletrónico, dos grupos de diálogo, dos jornais pessoais da web – todas fontes não habituais de notícias – conseguimos obter um conjunto de factos e circunstâncias que os grandes meios de comunicação americanos não queriam, ou não poderiam, fornecer. Estávamos a assistir, e em muitos casos como parte ativa, ao futuro da comunicação.”* (GILLMOR, 2005:12)

Embora boa parte das empresas de comunicação, de médio e grande porte, ainda apresente certa resistência a permitir que o seu público participe na produção das notícias, é notório que a presença do cidadão-jornalista, pouco a pouco, se vai consolidando dentro de portais de notícias, emissoras de televisão, jornais online e até mesmo na imprensa.

Não podemos definir exatamente o que é o jornalismo cidadão, que na sua expressão original surge como *citizen journalism* pois este fenómeno é apelidado das mais diversas formas. Independentemente do termo empregue na sua denominação, jornalismo cidadão, citizen journalism, participatory journalism ou open source journalism, a verdade é que o fenómeno existe. Percebemos através dos vários autores mencionados nesta dissertação que a definição de jornalismo cidadão é muito abrangente mas que a internet foi, sem dúvida, a grande “responsável” pelo seu aparecimento. Sobre estes conceitos, alguns autores apontarão definições, outros contestarão, refutarão ou completarão, mas todos reconhecem a sua presença.

Bruns (2005) no livro *Gatewatching: Collaborative Online News Production* diferencia “jornalismo participativo” e “jornalismo cidadão”. Segundo o autor, o

jornalismo participativo está relacionado com o processo de *gatewatching* e como a internet transformou este processo, antes completamente a cargo do jornalista, num processo coletivo. Sobre o jornalismo cidadão, diz Bruns:

*“(...) aims to more accurately reflect a wider range of public views on specific issues through changes in the research and reporting approaches of journalists. The movement sees especially newspapers and their Websites as instrumental in developing a new form of 'civic commons' where solutions to existing problems are found through constructive debates that are orchestrated and led by editors and journalists on their pages.”* (BRUNS, 2005:23)

O jornalismo cidadão visa realmente refletir a ampliação da participação do público em determinados assuntos que promovem mudanças na pesquisa e aproximação com os jornalistas. O jornalismo participativo caracteriza-se basicamente por uma produção oriunda dos próprios componentes da audiência que passam também a ser produtores da notícia: internautas, leitores, telespectadores, cidadãos comuns, denominados por Bruns (2005) como *producers*.

A principal característica desta lógica de produção é a supressão do modelo comunicacional emissor – meio – mensagem - recetor, uma vez que este último torna-se um produtor de conteúdo, de modo que a fronteira entre produção e leitura se dilui.

O estudo sobre a questão do jornalismo participativo tem vindo a crescer nos últimos anos e é geralmente aceite que as práticas jornalísticas estão a passar por transformações consideráveis (Gillmor, 2004; Bowman e Willis 2003; Bruns, 2005; Reese, Rutigliano, Hyun e Jeong 2007, entre outros) muito despoletadas pelos mecanismos que facilitam a produção e circulação de informação através de diferentes meios de participação, tais como os blogs.

Cada indivíduo pode ser responsável pela sua publicação, tendo oportunidade de gerir, editar, formatar, publicar e receber o feedback da informação transmitida. É o “cidadão jornalista” (Gillmor, 2005) de que fala Dan Gillmor.

Dan Gillmor é um dos protagonistas no pensamento e debate de ideias sobre estas novas possibilidades criadas pela internet e na introdução do seu livro “Nós os Media” alerta para o seguinte:

*“A possibilidade de qualquer um produzir informação dará voz a pessoas que a não têm tido. E precisamos de ouvir o que elas têm a dizer-nos. Para já, estão a mostrar a todos e cada um de nós – cidadão, jornalista, objeto da notícia – que existem novas formas de falar e de aprender”* (GILLMOR, 2005:19)

Com o cidadão jornalista (também designado por citizen journalism, grass roots journalism, jornalismo participativo, jornalismo colaborativo ou jornalismo open source), qualquer pessoa pode recolher, analisar e publicar informação, à semelhança do trabalho desenvolvido pelos jornalistas profissionais.

O termo "jornalismo cidadão", de acordo com Bowman e Willis (2003), é o ato de um cidadão ou grupo de cidadãos que têm um papel ativo no processo de recolha, análise, produção e distribuição de informações. O objetivo desta participação é oferecer a informação independente, fidedigna, variada, precisa e relevante que uma democracia requer.

Lasica (2003) divide aquilo que considera as categorias em que se divide o jornalismo participativo.

- Participação do público (tais como comentários no rodapé das notícias, blogs, uso de fotos e filmagens feitas por leitores,
- Websites jornalísticos independentes;
- Websites de notícias totalmente alimentados por utilizadores (OhMyNews, WikiNews);
- Websites de media colaborativa e contributiva (Slashdot, Kuro5hin);
- Outros tipos de "media magra" (listas de discussão, boletins por correio eletrónico);
- Websites de transmissão pessoal (podcasting de áudio e vídeo, blogs, fotologs)

Gillmor fala em “interactive journalism” e “open source journalism”. Rosen (2008) também é um dos que é a favor do jornalismo cidadão e define-o como *“When the people formerly known as the audience employ the press tools they have in their possession to inform one another, that’s citizen journalism”*.

Nesta linha de pensamento, o jornalismo participativo corresponde à assunção de um papel ativo por parte dos cidadãos nas tarefas até aqui desempenhadas apenas pelos

jornalistas – recolha, tratamento e difusão de informação – com o objetivo de dotar a sociedade de melhores condições para o exercício da cidadania em democracia.

Poderíamos acrescentar que as novas tecnologias tiveram um papel decisivo no emergir deste tipo de jornalismo. Na blogosfera, promovem-se novas formas de socialização. Os bloggers escrevem pelo simples facto de exercer a sua cidadania, contribuindo para a construção de uma democracia mais justa e igualitária, revelando ângulos diferentes da notícia cobrindo o espaço vazio deixado pelos media tradicionais.

*“O ciberespaço encoraja uma troca recíproca e comunitária, enquanto as mídias clássicas praticam uma comunicação unidirecional na qual os recetores estão isolados uns dos outros.” (LÉVY, 1999:203)*

A internet tornou-se o mais abrangente meio de comunicação, não apenas por todas as suas características, mas principalmente pela componente inovadora capaz de proporcionar a “qualquer utilizador” a oportunidade de interagir e deixar a posição passiva imposta pelos restantes meios de comunicação. A internet é um veículo privilegiado de informação que potenciou ainda mais a sociedade da informação e a globalização.

O jornalista já não é de todo o que foi no passado, a intervenção dos não-jornalistas no espaço público é apontada, por um lado, como motivo de conflito e de competição entre um jornalismo profissional e um amador e, por outro lado, como impulso ao desenvolvimento de iniciativas pioneiras por parte dos cidadãos na produção mediática.

Com o desenvolvimento deste novo espaço, o jornalismo encontrou uma outra forma de chegar aos seus públicos de forma rápida e universal. O ciberespaço instalou-se, no quotidiano, como um lugar-comum, onde as relações interpessoais e a possibilidade de aceder à informação sofreram uma forte mudança.

Deste novo conceito de espaço social emerge uma nova forma de jornalismo, que no seio desta nova conceção, ganha novas regras e características. A necessidade de adaptação à interatividade trazida pela internet leva o jornalista a relacionar-se quase que intimamente com o utilizador, de tal forma que este, muitas vezes, se torna sua fonte e motivo de notícia/reportagem.

*“The principal difference between traditional journalists and the vast majority of bloggers is: an editor. The lack of one is one of the charms of blogging, of course.”*



*The blogger ponders, perhaps reports, analyzes, types, and publishes. It's fast; it's creative; it's different from mainstream journalism.*"(OUTING, 2004).

O potencial jornalístico do *blog* é também objeto de análise de Zamith (2004). O autor vê no conceito um suporte para a produção de hipertextos. Para ele, a potencialidade do *blog* como recurso jornalístico está nas características do software de publicação, que oferece espaço para título e um lugar para o texto – permite atualização rápida e hierarquiza o conteúdo cronologicamente. Fernando Zamith encara o *blog* como um molde de página, que pode ser utilizado jornalisticamente.

Ainda no artigo *"Profits and Perils: Online News Producers' Perceptions of Interactivity and Uses of Interactive Features"* Deborah Chung (2007) diz-nos que com o uso da internet, o jornalismo participativo pode mudar o atual modelo jornalístico descendente para um fenómeno ascendente de distribuição da informação, isto sugere um modelo descentralizado, onde o público tem um maior controlo e envolvimento no processo de consumo das notícias. *"By participating in chat forums and blogs or by creating user-generated content, members of the news audience can play a more active role in consuming news."*

Na perspectiva de Chung (2007) *"Journalists must learn to share their traditionally gated practices and allow the audience to participate in the news consumption experience."* E continua dizendo que a oportunidade de participação da audiência e o envolvimento com as notícias podem ajudar a tornar os jornalistas mais responsáveis *"Interactivity could help rebuild the damaged relationship between the news media and the public and help the media regain respect."*

Os bloggers, como já vimos no ponto 1.2, questionam e debatem as formas de atuação dos jornalistas, o que pode ser entendido como uma oportunidade para os jornalistas serem mais rigorosos a noticiar.

Lasica (2003) considera que os *blogs* não competem com o jornalismo profissional, mas complementam-no. *"Weblogs should not be considered in isolation but as part of an emerging new media ecosystem-a network of ideas."*

Sobre este tema, investigadores da Universidade do Texas consideram:

*"The most important conceptual boundary highlighted in the blogosphere is that between 'professional' media and more informal, citizen-based, nontraditional forms. The blogosphere is often regarded as set apart from traditional 'mainstream'*

*journalism, but it may also be seen as enveloping both professional and citizen 'amateur' journalism in a larger network.*"(REESE, RUTIGLIANO, HYUN and JEONG, 2007)

Eugenia Mitchelstein e Pablo J. Boczkowski (2009) no artigo –“Between tradition and change- A review of recent research on online news production”, sustentam que o jornalismo vive uma tensão entre a tradição e as mudanças desencadeadas pelo desenvolvimento de novas formas de jornalismo na internet, e apontam quatro aspectos referentes à transformação na prática jornalística: “(...)modifications in editorial workflow, alterations in news-gathering practices, acceleration of temporal patterns of content production, and the convergence of print, broadcast, and online operations.”

A intervenção dos não-jornalistas no espaço público é apontada por um lado, como motivo de conflito e de competição entre um jornalismo profissional e um amador e, por outro lado, como impulso ao desenvolvimento de iniciativas pioneiras por parte dos cidadãos na produção mediática. A compreensão da influência do jornalismo cidadão é fundamental para o entendimento das mudanças que ocorrem e que vão ocorrer no jornalismo.

Edo alerta que:

*“ (...) los médios tienen que escuchar y dejar participar más a sus audiencias. Porque esa participación no es algo irrelevante, sino una tendencia creciente que va a conseguir que los medios, convertidos en tantos casos en centros de poder politizados e ideologizados que buscan sus intereses, no tengan más remedio que contar con los lectores y aceptar sus sugerencias.”* (EDO 2009:15)

Aos jornalistas é exigido rigor, num processo que deve passar pela pesquisa, seleção de dados e confirmação para depois se proceder à redação de notícias. Contudo, um “qualquer cidadão” arrisca-se, munido de todo o material necessário, a ser o primeiro a recolher informação, uma declaração, um assalto ou até mesmo um vídeo de um determinado acontecimento ocorrido em determinado local, hora e data. Mas transformará, tudo isto, um “qualquer cidadão” num jornalista?

Embora seja considerada uma ameaça e um risco na qualidade da informação, esta aproximação entre os territórios do público e dos jornalistas também representa um

fator que contribui para compensar um déficit de comunicação e interesses, entre dois polos afastados por décadas: o emissor e o recetor que, agora, se confundem nos seus próprios campos de atuação social.

Estas mudanças refletem-se nas rotinas jornalísticas, no papel ocupado tradicionalmente pelo jornalista profissional e obriga-nos a pensar sobre várias questões que englobam relações de trabalho, ética e controle da informação.

## **2.6. Jornalista Versus Cidadão-Jornalista**

A resposta a esta questão passa, como é óbvio, pela identificação das características-chaves do que é o jornalismo.

O jornalismo é uma atividade que é regida por regras legais e por critérios editoriais de cada órgão de comunicação social. Além disso, a profissão de jornalista está ainda sujeita às regras da Comissão da Carteira Profissional dos Jornalistas.

A qualificação específica para se ser jornalista e o domínio de determinadas técnicas de aquisição e averiguação de notícias, de saber contextualizar a informação obtida, e a obediência a determinados princípios éticos e deontológicos para se orientar no terreno conflituoso do espaço mediático, onde concorrem múltiplos interesses, distingue o jornalista do cidadão-jornalista.

No ensaio “Especificidade Epistemológica do Jornalismo”, Fidalgo (2008) cita Sylvia Moretzsohn que diz:

*“O jornalismo exige uma qualificação específica (...). Não é por uma pessoa saber cozinhar uma refeição, por melhor que seja, que se torna num cozinheiro, ou por pintar uma parede que se torna um pintor, ou por substituir uma lâmpada ou reparar um interruptor que se torna um eletricista.”*

Moretzsohn, no artigo “O mito libertário do “jornalismo cidadão”, considera que o cidadão jornalista e a sua participação funciona eventualmente em nichos muito específicos, em que as fontes também são consumidores, mas que não funcionará no domínio geral da informação social e política, justamente onde o “jornalista é aquele profissional autorizado a estar onde o público não pode estar, e por isso tem direito ao

*acesso a fontes através das quais pode apurar as informações necessárias à sociedade”.* (MORETZSOHN, 2006:69)

Moretzsohn desfaz, no seu artigo, o mito do jornalismo participativo. A autora considera que o papel de mediação cumprido pelos jornalistas, papel exercido dentro de uma profissão, não desaparece com a participação dos cidadãos na elaboração das notícias.

Segundo Blood (2003), o *blog* não é jornalismo, mesmo sendo escrito por um jornalista. A autora comenta que nos *blogs* as reportagens não são originais, as notícias não possuem a mesma qualidade do jornalismo tradicional, além de apresentarem outros formatos. Blood prefere identificar o *blog* como um meio participativo, onde só são publicadas as reportagens, mas faz questão de ressaltar que isso não é jornalismo.

*“The early claim ‘weblogs are a new form of journalism’ has been gradually revised to ‘some weblogs are doing journalism, at least part of the time.’ As even the enthusiasts now concede, weblogs used to record memories, plan weddings, or coordinate workgroups can’t be classified as journalism by any definition.”* (BLOOD, 2003)

A autora associa o conceito de *blog* a um empreendimento amadorístico, ou, pelo menos, não jornalístico. No livro - *“O livro de bolso do weblog”* (2004:37) considera que os *blogs* não são jornalismo mas que estes complementam o jornalismo tradicional na medida em que filtram e avaliam a informação veiculada pelos jornalistas.

Os críticos do uso jornalístico nos *blogs* salientam a informalidade e a pouca seletividade como fatores base para não considerarem os bloggers como jornalistas. Granado e Barbosa, por exemplo, descartam a possibilidade de a atividade de publicação de *blogs* ser jornalística. Para eles, o conceito não se enquadra porque os utilizadores não utilizam muitas fontes, não editam os seus textos e não adotam a imparcialidade e continuam: *“Num órgão informativo, as notícias são editadas e revistas no âmbito da hierarquia existente nas redações, a informação recolhida é confirmada em várias fontes.”* (2004:52)

Um ponto de vista semelhante ao de Granado e Barbosa é defendido pela pesquisadora Edo (2009:15) que considera o termo “jornalismo cidadão” uma expressão pouco feliz pois, segundo a autora, não reflete a realidade. E defende que o jornalismo exige níveis culturais e éticos adequados, capacidade de trabalho e de síntese,

linguagem adequada, persistência, fontes seguras e contrastadas, uma empresa confiável para garantir a precisão e estruturas de trabalho profissionais. Mas adverte também que, nos dias que correm, os jornalistas têm que assumir novos desafios e aumentar o nível de trabalho, além de coordenar o fluxo de informações com a demanda de qualidade, com modelos textuais que forneçam os gêneros e com rigor para colocar o selo de autenticidade.

A repercussão causada pela aproximação da blogosfera e do campo jornalístico provoca sérias questões sobre o futuro do jornalismo, as quais que por agora, não encontram respostas. Alguns autores acreditam que a ilusão do jornalismo cidadão assenta na confusão de informação acessível a todos com notícia. Ora, esta, enquanto informação acessível a todos, tem a especificidade de chegar à consciência social, de ser falada e discutida em diferentes contextos sociais. Já a notícia é uma informação que possui uma especificidade epistemológica própria. Nela se funda também a especificidade do jornalismo enquanto atividade e enquanto profissão.

A fronteira entre produzir e consumir informação está cada vez mais diluída, mas o papel do jornalista continua a ser fundamental.

### 3. Âmbito da Investigação e definição da metodologia

#### 3.1. O Programa “Combate de Blogs” como objeto de estudo

*“Um combate que se trava semanalmente com a força da opinião livre! Irreverente e independente, um programa onde se procura dar voz a uma blogosfera que está sempre em cima do conhecimento e da informação. Os blogs mais importantes e as polémicas mais relevantes estão sempre garantidos. Bloggers residentes Duarte Lino (Cachimbo de Magritte), Rodrigo Moita de Deus (31 da Armada), Tomás Vasques (Hoje Há Conquilhas) e Nuno Ramos de Almeida (5 Dias). Com moderação de Filipe Caetano, sempre que a atualidade o justifique, o programa conta também com outros Bloggers.” (TVI24).*

O “Combate de Blogs” é um programa exibido semanalmente aos sábados, pelas 23h na TVI24. Este é um projeto do jornalista Filipe Caetano que viu no programa a possibilidade de debater a atualidade política e económica através da visão da blogosfera.

Durante o programa, o apresentador Filipe Caetano coloca em debate temas polémicos, atuais e controversos do interesse da sociedade. Seguindo a fórmula já conhecida - um apresentador-mediador, “combatentes fixos” e convidados - o programa está no ar desde abril de 2010.

As participações dos bloggers tornam este programa bastante interativo respeitando a pluralidade de opiniões e a representação democrática. O debate, por norma, comporta três comentadores plenamente identificados nas suas simpatias políticas.

O “Combate de Blogs” promove um debate que problematiza questões atuais de interesse público, onde os temas se baseiam em geral na sociedade, economia e nas questões políticas nacionais e internacionais. É portanto um debate onde divergem as opiniões e discussões.

Mais do que os protagonistas, este programa procura interlocutores que promovam uma leitura distanciada dos acontecimentos em notícia.

Durante os mais ou menos 25 minutos de discussão, tensa, mas sem divergências de fundo, os combatentes tentam responder ponto a ponto aos temas propostos pelo apresentador.

### 3.2. Estrutura do Projeto de Investigação

O esquema seguinte representa os passos necessários para atingir o objetivo proposto.

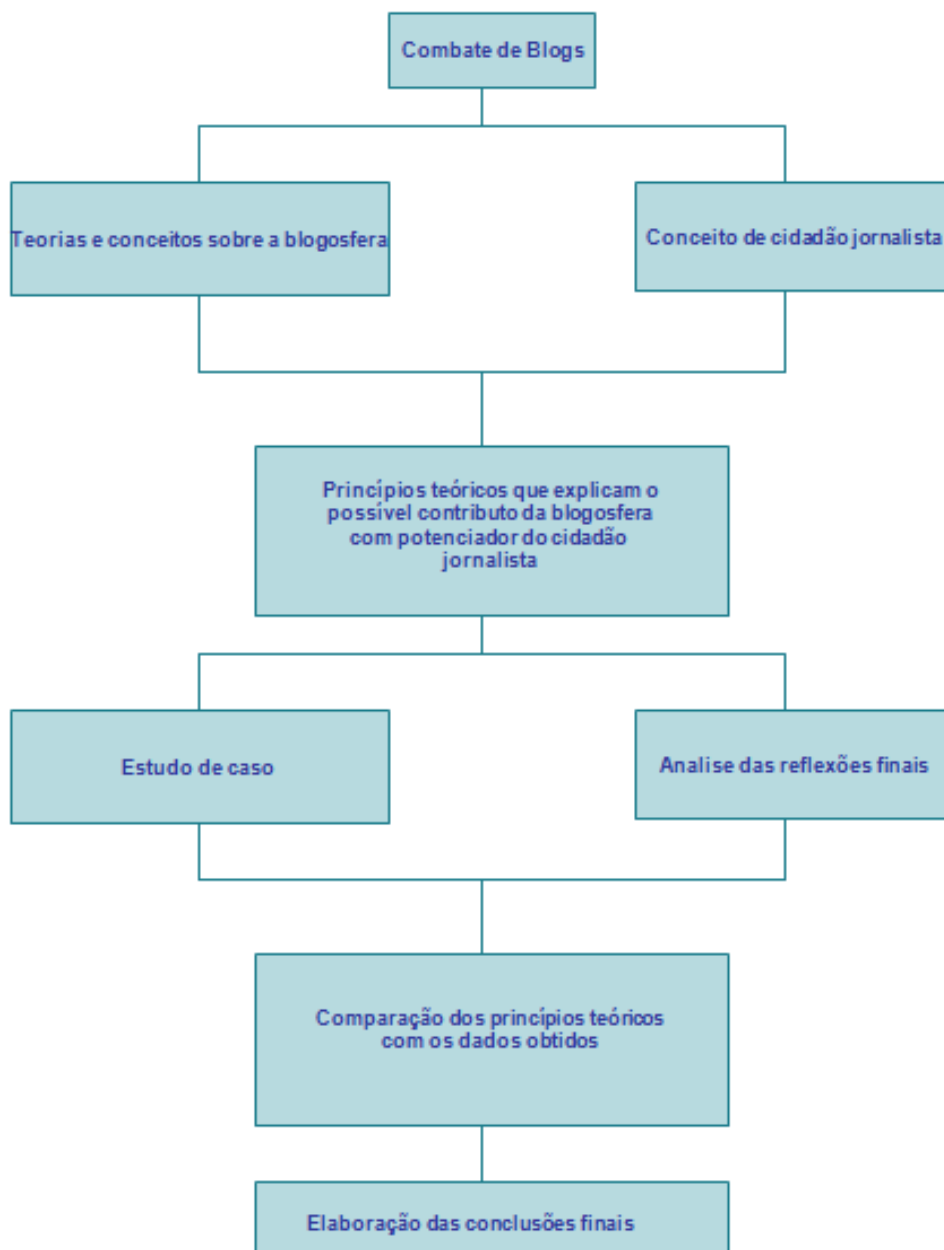


Ilustração 1 Estrutura do projeto de investigação.

### 3.3. Objetivos e Questões de Investigação

Nesta etapa explicar-se-ão as opções metodológicas utilizadas para a realização desta dissertação bem como os sujeitos de estudo, as técnicas e instrumentos de análise usados para a recolha e tratamento da informação.

Segundo Quivy e Campenhoudt (1998:32) deve-se: “ (...) *procurar enunciar o projeto de investigação na forma de uma pergunta de partida, através da qual o investigador tenta exprimir o mais exatamente possível o que procura saber, elucidar, compreender melhor.* ”

Deste modo, e tendo em conta os critérios para a sua elaboração apresentados por estes autores, definiu-se a seguinte pergunta de partida:

**Existe a presença do cidadão jornalista/jornalismo participativo no programa “Combate de Blogs”?**

Da questão elaborada é possível extrair o objetivo deste estudo:

Verificar em que medida existe a presença do cidadão jornalista/jornalismo participativo no programa “Combate de Blogs” da Tvi24 através da análise das interações, contribuições e reflexões dos blogs:

Hoje há conquilhas, amanhã não sabemos – TomásVasques

<http://hojehaconquilhas.blogs.sapo.pt/>

31 da Armada – Rodrigo Moita de Deus

<http://31daarmada.blogs.sapo.pt/>

Cachimbo de Magritte – Duarte Lino

<http://cachimbodemagritte.com/>

5 dias.net – Nuno Ramos de Almeida

<http://5dias.net/>



Estes quatro blogs são “combatentes” semanais no programa “Combate de blogs”. Posteriormente, com o objetivo de clarificar o processo de investigação, definiram-se as hipóteses orientadoras de todo o trabalho realizado, através das quais se pretendeu responder à pergunta de partida.

- 1- A emergência do jornalismo participativo que surgiu nos *blogs* configurou novas formas de interação com o público, democratizando o debate político?**
- 2- A blogosfera e a esfera mediática abriram caminho na direção de uma comunicação mais integrada, abrangente e interessante?**

No geral, podem-se definir duas estratégias de investigação: quantitativa e qualitativa.

### **3.4. Metodologia**

No estudo presente utilizaremos, tal como referido, a análise de conteúdo como a técnica que nos pareceu mais adequada à consecução dos objetivos a que nos propusemos. De entre as diversas abordagens da análise de conteúdo optámos pela análise quantitativa e qualitativa. Muito embora seja um método cujo imaginário está ligado a uma apreciação quantitativa dos dados, a análise de conteúdo dentro do jornalismo satisfaz melhor as exigências científicas se aplicadas também qualitativamente.

#### **3.4.1. Análise quantitativa e qualitativa**

O método de investigação quantitativo baseia-se na recolha de dados observáveis e quantificáveis, na observação de factos, de acontecimentos e de fenómenos que ocorrem. É por isso um método que procura o desenvolvimento, a validação e a generalização dos conhecimentos. Com o método quantitativo pretende-se interpretar a organização das informações recolhidas ao longo do período em análise, sendo que os resultados da análise irão ser apresentados de uma forma objetiva, prática

e exata. Para esta investigação, realizou-se o cruzamento de algumas variáveis que nos pareciam mais relevantes para o período em análise.

Para efetuar esta pesquisa, foram recolhidos durante o mês de agosto de 2011 os jornais “Público” e “Diário de Notícias”, fotografaram-se diariamente os quatro blogs e procedeu-se à gravação dos programas “Combate de Blogs”. Paralelamente à observação do que o programa “Combate de Blogs” debateu em cada semana buscou-se também identificar que assuntos a imprensa noticiou e de como deu visibilidade a determinados acontecimentos no referido período.

No fundo procurou-se compreender a forma pela qual este programa é agendado. O debate semanal é o espelho do que foi notícia nessa mesma semana? Ou são os bloggers a lançar temas para a arena? Existe ou não o conceito de cidadão jornalista no “Combate de Blogs”?

Seria essencial reforçar a importância desta classificação, pois ajudou-nos a identificar, de forma mais direta, a visibilidade real que os vários temas tiveram ao longo do período em análise.

No mesmo tempo referido foram analisados os quatro blogs que compõem o estudo desta dissertação.

Dado que os objetivos definidos apontam para um objeto de estudo que abarca preferencialmente uma natureza interpretativa, as opções recaíram também sobre a utilização de análise de conteúdo enquanto metodologia qualitativa.

O método qualitativo pretende compreender de modo absoluto e amplo o fenómeno em estudo, através da observação, descrição, interpretação e apreciação do meio e do fenómeno tal como se apresenta. A análise de conteúdo está intrinsecamente ligada à qualificação, embora não se deva excluir a quantificação dos referentes. As qualidades não quantificáveis devem ser então o principal objeto de análise.

Segundo Bardin (1977), a análise de conteúdo *“consiste num conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”* (BARDIN, 1977:38). No entanto, não existe um modelo fixo para o estudo, uma vez que a análise de conteúdo tem que ser permanentemente reinventada tendo em conta os problemas investigados e os seus objetivos.

O método de análise de conteúdo foi fundamentado através da observação e estudo dos conteúdos dos *blogs* e do programa de televisão “Combate de Blogs”.

Nesta pesquisa tivemos em conta quais as fontes do programa “Combate de Blogs” e dos *blogs* em análise de forma a sabermos quem define a agenda e se a abordagem dos temas é ou não uma iniciativa dos “combatentes” e dos bloggers. Ainda nos blogs consideramos se a linguagem é complexa ou simples, se há uma tomada de posição face ao tema, a emotividade dos títulos e principalmente o grau de subjetividade de forma a conseguirmos responder à questão: Existe a presença do cidadão jornalista/jornalismo participativo no programa “Combate de Blogs”?

Como complemento à análise de conteúdo, entende-se proveitoso realizar entrevistas aos bloggers, ao jornalista e apresentador do programa - Filipe Caetano, à professora Concha Edo – professora e investigadora da Universidade Complutense de Madrid e ainda ao professor Luís António Santos – professor e investigador da Universidade do Minho.

O modelo de entrevista adotado foi o semi-estruturado. Neste tipo de entrevistas há uma lista de perguntas desenvolvidas a partir de uma pesquisa anterior, para serem seguidas, embora de forma flexível.

Com vista a cumprir os objetivos delineados na pesquisa, as entrevistas pretendem esclarecer questões essenciais sobre aspetos do *blog* de cada um dos intervenientes e o conceito que cada um tem sobre o jornalismo participativo.

De acordo com Sousa a entrevista é uma técnica de pesquisa na qual se obtém: *“informações pormenorizadas e aprofundadas sobre valores, experiências, sentimentos, motivações, ideias, posições, comportamentos, etc. dos entrevistados”*.(SOUSA, 2006:378)

As entrevistas permitem apreender opiniões e concepções que de outro modo não seriam possíveis de atingir. Em todas as situações, a entrevista é utilizada para recolher dados descritivos na linguagem do próprio sujeito, permitindo ao investigador desenvolver intuitivamente uma ideia sobre a maneira como os sujeitos interpretam vários aspetos.

Junto dos bloggers, do jornalista Filipe Caetano e ainda dos professores Concha Edo e Luís António Santos procurou-se adquirir opiniões que permitissem responder à questão já adiantada.

Com esta metodologia pretende-se compreender de modo absoluto e amplo o fenómeno em estudo, através da observação, descrição, interpretação e apreciação do meio e do fenómeno tal como se apresentam.

Torna-se por isso importante o desenvolvimento teórico na fase inicial do projeto, de modo a esquematizar o estudo na sua globalidade e a definir as proposições teóricas para direcionar o estudo. As duas primeiras componentes foram descritas anteriormente. A caracterização da amostra, da unidade de análise, as relações entre os dados obtidos e a proposição definida e a interpretação dos resultados serão descritos ao longo deste capítulo.

### **3.5. Definição da Amostra**

A recolha de dados dividiu-se em três formas referentes ao instrumento e objeto de estudo: gravação e observação do programa de televisão assim como dos quatro *blogs* que participam no programa e análise dos jornais “Público” e “Diário de Notícias”. Com o intuito de complementar a investigação foram realizadas entrevistas aos bloggers, ao apresentador do programa Filipe Caetano e aos professores Concha Edo e Luís António Santos.

Para Bardin (1977), *“um bom analista será, talvez, em primeiro lugar, alguém cuja capacidade de categorizar – e de categorizar em função de um material sempre renovado e de teorias evolutivas – está desenvolvida.”* (BARDIN, 1977:119)

Para que fosse possível atingir os objetivos, elaborou-se uma análise quantitativa e qualitativa dos conteúdos debatidos no “Combate de Blogs”. Assim, foram gravados e analisados os quatro programas transmitidos no mês de agosto de 2011 na Tvi24. Com isto pretende-se auferir os temas debatidos e o tempo que cada um teve durante o debate. Posteriormente, prosseguiu-se com uma análise dos jornais “Público” e “Diário de Notícias”, recolhemos 62 jornais correspondentes ao período em análise.

Desta forma, será possível analisar qual foi o tratamento noticioso dado por cada jornal face aos temas debatidos no programa “Combate de Blogs” de cada semana de modo a perceber se existe o conceito de cidadão jornalista, isto é, se o programa de sábado é apenas um reflexo do que foi noticiado nessa semana, ou se os bloggers intervêm ativamente no processo de comunicação e na construção de uma opinião pública.

No mesmo período foram “fotografados” na íntegra os quatro blogs com o programa informático “FastStone Capture” que serve para realizar capturas do ecrã. Como o conteúdo dos blogs pode ser alterado constantemente, estabeleceu-se um horário diário, entre as 23h e as 23h30 para capturar a primeira página de cada *blog*, em concreto contabilizou-se o número de artigos publicados nos quais se mencionasse os temas debatidos nessa semana no programa “Combate de Blogs”.

Os parâmetros de observação pautaram-se pelos conceitos de jornalista, cidadão jornalista, esfera pública, gatewatching apresentados no capítulo anterior desta dissertação. O estudo tem assim como amostra um total de 535 posts.

Dos 535 posts foi possível verificar quantos se relacionavam com os temas debatidos nos jornais, reduzindo assim a amostra inicial para 64 posts. De seguida, tentar-se-á perceber se o blogger meramente copiou um acontecimento dos media tradicionais ou se atuam enquanto jornalismo complementar, discutindo as notícias e comentando-as seja através de texto, foto ou vídeo.

O “Combate de Blogs” seria, neste caso, complementar à própria versão online dos *blogs* relacionando-o com o público e criando interatividade com os leitores.

As entrevistas aos bloggers foram feitas por telefone e gravadas sendo o conteúdo transcrito na íntegra para posterior análise. Entrevistámos Duarte Lino, Nuno Ramos de Almeida, Tomás Vasques e Rodrigo Moita de Deus.

As entrevistas aos professores Concha Edo e Luís António Santos foram enviadas por correio eletrónico.

### **3.6. Classificação e análise estrutural dos blogs analisados**

**Hoje há conquilhas, amanhã não sabemos - Tomás Vasques**

<http://hojehaconquilhas.blogs.sapo.pt/>

Apenas um *blog* é considerado individual – “Hoje há conquilhas, amanhã não sabemos” - sendo que os restantes três – “31 da Armada”, “Cachimbo de Magritte” e “5 dias.net” são coletivos.

Tomás Vasques, advogado de profissão, é autor do *blog* “Hoje há conquilhas, amanhã não sabemos”. Este *blog* aborda especialmente temas dedicados à política, cultura e economia.

O *blog* tem uma atualização regular e está online desde janeiro de 2006. É possível subscrever-se para receber as atualizações de novos posts por email.

Tomás Vasques não aceita comentários nos posts, a interatividade com o autor dá-se apenas pelo email que é publicado no *blog*, desta forma a interação entre os leitores fica comprometida.

O design do *blog* é funcional, claro e possui arquivo pesquisável por data e palavra-chave, sendo possível aceder a arquivos desde a data da criação do blog.

Por se tratar de um *blog* pessoal, a personalização do conteúdo dá-se de acordo com a vontade e ideologia do autor. Tomás Vasques posta textos, fotos e vídeos.

### **31 da Armada – Rodrigo Moita de Deus**

<http://31daarmada.blogs.sapo.pt/>

31 da Armada é um *blog* coletivo e tem Rodrigo Moita de Deus como um dos bloggers. Depois de uma breve militância na Juventude Centrista, Rodrigo Moita de Deus filiou-se no PSD. A sua militância política, a par do desempenho profissional levaram-no a ter participado, nos últimos anos, na Universidade de verão do PSD onde ensina marketing político. Atualmente, trabalha e assume a direção na agência de comunicação NextPower.

O 31 da Armada está online desde novembro de 2006 e versa sobre os mais variados temas – política, economia, cultura e futebol.

A atualização do *blog* é constante. Raras são as vezes em que é feito apenas um post diário. Em cada novo post aparece a data e a hora da atualização. É possível subscrever-se para receber as atualizações de posts e comentários.

A interação com o *blog* pode ser feita através dos comentários nos posts, sendo que, caso alguém queira responder a um comentário, existe um item com a designação “provocar” que permite ao internauta responder diretamente a determinado comentário. Em posts sobre política e governo, Rodrigo Moita de Deus costuma manifestar a sua opinião, o que muitas vezes causa polémica entre os leitores.

O design do *blog* é funcional e claro, possui arquivo pesquisável por data e palavra-chave. Há ainda a possibilidade de ver quais os posts mais comentados e ainda conhecer a página Facebook, Twitter e 31TV.

São usados regularmente fotografias, banda desenhado, links para o Youtube e vídeos.

O blog apresenta um blogroll, que dá acesso a outros *blogs* do interesse dos autores do 31 da Armada.

Um facto interessante sobre o *blog* é que está desde o início da análise (agosto 2011) o 31 da Armada está nos 25 *blogs* mais lidos no ranking do Blogómetro (site que identifica os *blogs* mais visitados em Portugal).

### **Cachimbo de Magritte – Duarte Lino**

<http://cachimbodemagritte.com/>

Cachimbo de Maritte é um *blog* coletivo que conta com a participação de Duarte Lino. Este escreve quinzenalmente, à quinta-feira no jornal “i”, é licenciado em Direito pela Faculdade de Direito da Universidade Católica de Lisboa e tem uma Pós Graduação em Direito Bancário pela Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa.

O Cachimbo de Magritte está online desde outubro de 2006 e versa sobre os mais variados temas - política, economia, cultura.

O *blog* é atualizado diariamente e a cada nova atualização é possível conferir a data e a hora da colocação do post. Os leitores podem receber as atualizações de posts e comentários, basta para isso subscrever o *blog*.

A interação com o *blog* pode ser feita através dos comentários dos posts.

Em post sobre política e governo, Duarte Lino costuma manifestar a sua opinião, o que por vezes causa um pouco de polémica entre os leitores.

A personalização fica por conta da escolha dos assuntos pelo autor, bem como pelo seu ponto de vista. O *blog* apresenta um formato muito semelhante aos que já analisamos. O arquivo, desde a sua criação, também é possível de pesquisar por data e por palavra-chave. A lateral esquerda do *blog* apresenta uma espécie de arquivo temático, onde apresenta diversos assuntos que o *blog* possui e, ao clicar em determinado assunto, é possível verificar tudo o que se escreveu sobre aquilo. O *blog* utiliza muitas fotografias, banda desenhada e vídeos.

## **5 dias.net – Nuno Ramos de Almeida**

<http://5dias.net/>

5dias.net é um blog coletivo que conta com a participação de Nuno Ramos de Almeida. Este blogger já passou pela Sic e Tvi como jornalista e atualmente é editor executivo no jornal “i”

5 dias.net está online desde setembro de 2006 e tal como os *blogs* analisados anteriormente, também aborda temas dedicados essencialmente à política, economia, governo e cultura. É um *blog* que possui uma interface simples e explora de maneira intensa o uso de imagens, ilustrações, cartoons e vídeos. A atualização é diária havendo na maioria das vezes mais que um post por dia.

Em cada novo post aparece a data e a hora da atualização. É possível inscrever-se para receber as atualizações do *blog*.

A interatividade com os autores do post pode ser feita através dos comentários e também através do item “contacto” onde o leitor pode deixar a sua pergunta. Há ainda a possibilidade de seguir o blog no Twitter.

As buscas são possíveis através de palavra-chave e disponibilizam, também, a busca temática através de tags.



## **4. Confrontação dos Dados com a Questão Orientadora**

### **4.1. Apresentação e Análise de Resultados**

Neste capítulo será apresentado o resultado da pesquisa, através do suporte metodológico da análise do conteúdo, numa análise quantitativa e qualitativa do período selecionado, bem como o resultado das hipóteses indicadas anteriormente.

Como referido no ponto 2.4, foi feita uma análise quantitativa e qualitativa aos dados recolhidos. Deste modo, a natureza distinta dos dados obtidos obriga a um tratamento diferenciado dos mesmos. É de referir que a análise dos dados é meramente descritiva, não tendo havido qualquer pretensão de aplicação de modelos estatísticos complexos por não se revelar significativa para o estudo em causa.

A nível metodológico, o *corpus* de análise é constituído por 4 debates televisivos, os quais, na sua totalidade, tiveram a duração total de cerca de uma hora e 68 minutos. A técnica de análise utilizada no programa “Combate de Blogs” é a análise de conteúdo, no âmbito do seu modelo clássico, aplicado às Ciências Sociais, baseado na categorização, assim como na utilização de indicadores e unidades de análise. Estas últimas são concretizadas no tema e no tempo. Em termos de análise, os resultados têm um suporte, predominantemente, quantitativo.

Após a visualização dos quatro programas “Combate de Blogs” foram identificados os temas debatidos em cada emissão e procedeu-se à criação de um organograma que identifica os mesmos. Posteriormente, contabilizou-se o tempo que cada tema foi debatido no programa de modo a cruzar esta variável com o número de abordagens nos jornais “Público” e “Diário de Notícias”.

## ORGANOGRAMA

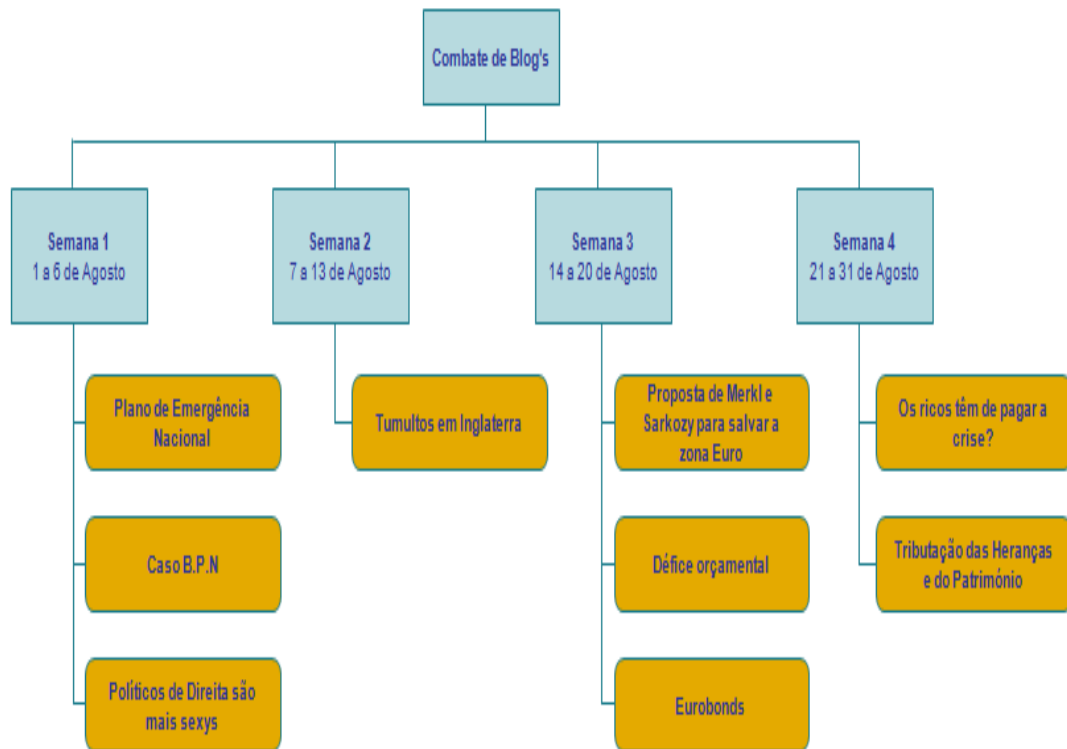


Ilustração 2 Temas debatidos no “Combate de Blogs” durante o mês de agosto.

Temas debatidos na Semana 1		Tempo de debate (min)	Média do tempo de debate
Tema 1	Plano de Emergência Nacional	19,3	77%
Tema 2	Caso B.P.N	3,08	12%
Tema 3	Políticos de Direita são mais sexys	2,61	10%
Total		24,99	100%

**Tabela 2 Tempo e média de debate dos temas na semana 1**

Temas debatidos na Semana 2		Tempo de debate (min)	Média do tempo de debate
Tema 1	Tumultos em Inglaterra	25,25	100%

**Tabela 1 Tempo e média de debate dos temas na semana 2**

Temas debatidos na Semana 3		Tempo de debate (min)	Média do tempo de debate
Tema 1	Proposta de Merkel e Sarkozy para salvar a zona Euro	10,63	41%
Tema 2	Défi ce orçamental	3,33	13%
Tema 3	Eurobonds	11,78	46%
Total		25,74	100%

**Tabela 3 Tempo e média de debate dos temas na semana 3.**

Temas debatidos na Semana 4		Tempo de debate (min)	Média do tempo de debate
Tema 1	Os ricos têm de pagar a crise?	9,59	36%
Tema 2	Tributação das Heranças e do Património	17,18	64%
Total		26,77	100%

**Tabela 4 Tempo e média de debate dos temas na semana 4**

Realizando um levantamento dos jornais “Público” e “Diário de Notícias”, tornou-se importante criar uma primeira tabela de análise de forma a perceber, em primeira instância, se os temas debatidos no “Combate de Blogs” de cada semana estavam presentes nestas publicações. Desta forma, a primeira grelha de análise comparativa assenta nos seguintes parâmetros:

- a) Opinião
- b) Notícia
- c) Reportagem
- d) Relacionada
- e) Editorial
- f) Entrevista
- g) Fotografia
- h) Primeira Página

Encontrados os sujeitos de estudo numa primeira tabela aprofundou-se cada uma das publicações, caracterizando-os de uma forma mais precisa e completa, na tentativa de fazer uma análise comparativa entre os dois jornais e o programa de televisão. Em seguida são expostos os vários dados quantitativos nas tabelas a baixo inseridas.

Programa	Temas	Jornais em análise	Opinião	Notícia	Reportagem	Relacionado	Editorial	Entrevista	Foto	Primeira Página	Total	Média Temas
Semana 1	Tema 1	Diário de Notícias	1	4	-	-	-	-	-	1	6	21%
	Tema 2		2	9	-	2	-	1	4	4	22	76%
	Tema 3		1	-	-	-	-	-	-	-	1	3%
	Tema 1	Público	-	4	-	1	1	-	2	2	10	28%
	Tema 2		1	11	-	-	2	1	7	4	26	72%
	Tema 3		-	-	-	-	-	-	-	-	0	0%

Tabela 5 Observação dos jornais “Público” e “Diário de Notícias” na semana 1

Programa	Temas	Jornais em análise	Opinião	Notícia	Reportagem	Relacionado	Editorial	Entrevista	Foto	Primeira Página	Total	Média Temas
Semana 2	Tema 1	Diário de Notícias	3	12	3	-	1	-	14	6	39	100%
	Tema 1	Público	2	6	6	1	2	1	15	5	38	100%

Tabela 6 Observação dos jornais “Público” e “Diário de Notícias” na semana 2

Programa	Temas	Jornais em análise	Opinião	Notícia	Reportagem	Relacionado	Editorial	Entrevista	Foto	Primeira Página	Total	Média Temas
Semana 3	Tema 1	Diário de Notícias	1	4	-	-	-	-	4	2	11	61%
	Tema 2		-	4	-	-	-	-	1	-	5	28%
	Tema 3		-	2	-	-	-	-	-	-	2	11%
	Tema 1	Público	1	2	2	-	-	-	4	-	9	26%
	Tema 2		-	4	-	-	1	-	3	4	12	35%
	Tema 3		-	7	-	-	-	-	4	2	13	38%

Tabela 7 Observação dos jornais “Público” e “Diário de Notícias” na semana 3

Programa	Temas	Jornais em análise	Opinião	Notícia	Reportagem	Relacionado	Editorial	Entrevista	Foto	Primeira Página	Total	Média Temas
Semana 4	Tema 1	Diário de Notícias	2	1	-	-	1	-	1	2	7	44%
	Tema 2		-	5	-	-	-	-	4	-	9	56%
	Tema 1	Público	3	-	-	3	1	-	5	2	14	70%
	Tema 2		2	-	-	-	-	-	2	2	6	30%

Tabela 8 Observação dos jornais “Público” e “Diário de Notícias” na semana 4

Relativamente aos dados quantitativos obtidos nos *blogs*, elaboraram-se tabelas que agrupam e quantificam os posts. O estudo classificou os 64 posts primeiramente pela área editorial a que se filiavam, de modo a conhecer os traços predominantes nos blogs analisados.

A partir destes dados foram elaborados gráficos que permitem visualizar, de uma forma mais imediata, aspetos que sobressaem deste estudo. Depois, numa tentativa de obter novas relações e possíveis conclusões para o estudo cruzaram-se dados e elaboraram-se novos gráficos. As tabelas e os gráficos elaborados foram alvo de uma análise descritiva. Este tratamento estatístico foi realizado com recurso ao programa *Excel*, por se tratar de uma ferramenta adequada e pelo domínio na utilização da mesma.

Desta forma, a primeira grelha de análise comparativa assenta nos seguintes parâmetros:

- a) Informativo
- b) Opinativo
- c) Vídeo
- d) Irónico

Encontrados os sujeitos de estudo numa primeira tabela foi-se aprofundar cada um dos posts caracterizando-as de uma forma mais precisa e completa, na tentativa de perceber se as publicações são da autoria dos bloggers ou se comentam as notícias mostrando outros ângulos que os meios de comunicação de massa não mostram. Em seguida apresentam-se os vários dados quantitativos nas tabelas a seguir inseridas.

Semana 1	Temas	Blogs em análise	Informativo	Opinativo	Video*	Irónico	Total de Posts	Percentagens de Posts	Total Semanal
	Tema 1	Hoje há conquilhas	0	0	0	0	1	20%	5
	Tema 2		0	1	0	0			
	Tema 3		0	0	0	0			
	Tema 1	5dias.net	0	2	0	0	7	14%	51
	Tema 2		0	2	0	1			
	Tema 3		0	0	0	2			
	Tema 1	C. de Magritte	0	1	0	0	4	16%	25
	Tema 2		0	3	0	0			
	Tema 3		0	0	0	0			
	Tema 1	31 da Armada	0	0	1	0	6	8%	71
	Tema 2		0	3	0	1			
	Tema 3		0	0	0	1			
	Percentagens		0%	67%	6%	28%	100%		

Tabela 9 Observação dos blogs na semana 1

Semana 2	Temas	Blogs em análise	Informativo	Opinativo	Video*	Irônico	Total de Posts	Percentagens de Posts	Total Semanal
	Tema 1	Hoje há conquilhas	0	1	0	0	1	25%	4
	Tema 1	5dias.net	0	6	1	3	10	23%	43
	Tema 1	C. de Magritte	0	3	2	0	5	12%	43
	Tema 1	31 da Armada	0	0	8	2	10	23%	43
	Percentagens		0%	38%	42%	19%	100%		

Tabela 10 Observação dos blogs na semana 2

Semana 3	Temas	Blogs em análise	Informativo	Opinativo	Video*	Irônico	Total de Posts	Percentagens de Posts	Total Semanal
	Tema 1	Hoje há conquilhas	0	0	0	0	0	0%	2
	Tema 2		0	0	0	0			
	Tema 3		0	0	0	0			
	Tema 1	5dias.net	0	1	0	1	2	14%	14
	Tema 2		0	0	0	0			
	Tema 3		0	0	0	0			
	Tema 1	C. de Magritte	0	0	0	0	4	17%	24
	Tema 2		0	3	0	1			
	Tema 3		0	0	0	0			
	Tema 1	31 da Armada	0	0	0	0	3	9%	33
	Tema 2		0	3	0	0			
	Tema 3		0	0	0	0			
	Percentagens		0%	78%	0%	22%	100%		

Tabela 11 Observação dos blogs na semana 3

Semana 4	Temas	Blogs em análise	Informativo	Opinativo	Video*	Irônico	Total de Posts	Percentagens de Posts	Total Semanal
	Tema 1	Hoje há conquilhas	0	0	0	0	1	9%	11
	Tema 2		0	1	0	0			
	Tema 1	5dias.net	0	0	0	1	6	9%	67
	Tema 2		0	3	0	2			
	Tema 1	C. de Magritte	0	3	0	1	5	11%	46
	Tema 2		1	0	0	0			
	Tema 1	31 da Armada	0	2	0	1	4	8%	53
	Tema 2		0	1	0	0			
			Percentagens	6%	63%	0%	31%	100%	

Tabela 12 Observação dos blogs na semana 1

Com todos os dados de análise reunidos, é possível responder à pergunta de investigação:

**Existe a presença do cidadão jornalista/jornalismo participativo no programa “Combate de Blogs”?**

Optámos por uma análise quantitativa do discurso do programa “Combate de Blogs” e das edições do “Público” e “Diário de Notícias” baseada numa amostra de 4 programas e 62 jornais respetivamente referentes ao período de 1 a 31 de agosto de 2011.

Elegeu-se este método por se considerar que é o melhor veículo à pergunta de investigação, na medida em que permite fazer uma descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo noticioso. Pretende-se inferir o que é que os meios de comunicação social, os *blogs* e o programa “Combate de Blogs” oferecem aos seus públicos tentando perceber as razões para tais escolhas.

Da análise proposta pode concluir-se que os temas debatidos na semana 1 no programa “Combate de Blogs” foram lançados pelos jornais, à exceção do tema 3 – “*os políticos de direita são mais sexys*” lançado por Rodrigo Moita de Deus. Numa entrevista ao jornal “*i*” do dia 2 de agosto de 2011, o blogger do 31 da Armada afirma que “*Os políticos de direita têm mais capacidade de transmitir a sexualidade*”. Nos dias que se seguiram à entrevista, o tema foi referenciado no “Diário de Notícias” num artigo de opinião e nos *blogs* “5dias.net” e “31 da Armada” tendo 2 e 1 posts respetivamente. No “Combate de Blogs” deteve os últimos 3 minutos do programa.

Já o “plano de emergência nacional”, que deteve 77% do tempo do debate semanal, ocupou nos jornais apenas 28% no “Público” e 21% no “Diário de Notícias” não havendo assim uma correspondência entre o tempo dispensado no “Combate de Blogs” e a “saída” de artigos dos jornais.

Podemos constatar que a visibilidade dada aos temas agendados pelos jornais nem sempre foi equivalente à do programa. De acordo com a tabela acima representada é possível constatar que o “Público” e o “Diário de Notícias” privilegiaram a notícia a propósito do “plano de emergência nacional”. A reportagem fotográfica foi um dos aspetos mais utilizados pelo “Público” quando esta temática era abordada, quer em peças mais extensas, quer apenas no formato foto legenda.



Na blogosfera o tema 1 não teve muito destaque. Num total de 5 posts, na semana 1 no blog “Hoje há conquilhas”, o autor não dedicou nenhuma publicação ao tema, o “Cachimbo de Magritte” dedicou 1 post opinativo, o “31 da Armada” colocou um vídeo e o blog “5dias.net” dedicou 2 posts opinativos ao tema 1.

A opinião, enquanto género jornalístico, foi a mais privilegiada editorialmente pelos *blogs* analisados atingindo 67 % do espaço. O segundo lugar é ocupado pela ironia com cerca de 28% dos posts e a opção pelo post informativo, durante o período analisado, foi completamente ignorada.

A opinião é, no fundo, o conteúdo que mais se evidencia nos *blogs* analisados seja por texto, imagem ou vídeo. De facto, aqui exprimem-se novas perspetivas e informação que, de outro modo, não teriam visibilidade na esfera pública. É de realçar que os bloggers não excluem o que é produzido nos meios de comunicação de massa, mas contribuem com a sua “voz” para abordar certos acontecimentos, com maior liberdade na produção e veiculação de informação.

O tema 2 – “O Caso BPN” que deteve apenas 12% do tempo de debate no “Combate de Blogs” foi o que mereceu mais destaque nos jornais. O “Público” e o “Diário de Notícias” dedicaram-lhe 72% e 76% do espaço respectivamente.

Nos *blogs* são identificáveis um ou mais períodos do mês em que se escreve sobre este tema, mas na semana 1 todos lhe dedicaram atenção. Apenas o “31 da Armada” lhe dedicou 4 artigos, ao passo que o “Cachimbo de Magritte” e o “5dias.net” dedicaram 3. O blog “Hoje há conquilhas” escreveu um post opinativo sobre o tema.

A opinião e a ironia foram mais uma vez as variáveis que mais se destacaram na abordagem do tema. Nesta primeira semana denota-se que o único tema lançado para os meios de comunicação de massa foi a intervenção do blogger Rodrigo Moita de Deus – “Os políticos de direita são mais sexys”. Os restantes temas debatidos no “Combate de Blogs” e nos *blogs* dos combatentes foram lançados pelos meios tradicionais. Contudo, constatámos que a comunicação aqui existente é um elemento chave para a livre troca de argumentos entre cidadãos “comuns”. Os *blogs* e o “Combate de Blogs” possuem condições de reciprocidade que lhe dão potencial para promover um espaço de debate entre múltiplas vozes da sociedade, sobre os mais diferentes assuntos.

Na semana 2, o tema referenciado no programa “Combate de Blogs” foi lançado também pelos jornais.

Pela análise quantitativa percebemos que ambos os jornais tiveram um equilíbrio na distribuição do conteúdo noticioso dos tumultos em Inglaterra, tendo o “Diário de Notícias” 39 e o “Público” 38 artigos.

De acordo com os dados apresentados verificámos que ambos os jornais privilegiaram a fotografia, sendo esta variável a que atingiu maior destaque na tabela.

No “Público” a imagem fotográfica destaca-se com 39 % do espaço dedicado a este tema ao passo que o “Diário de Notícias” dedicou 36%.

Em termos de conteúdo noticioso verificámos que a notícia foi o género jornalístico mais utilizado no “Diário de Notícias” com 31%, sendo que a reportagem e a notícia ocupam 16% no “Público”. O tema dos “tumultos em Inglaterra” mereceu algum destaque ao nível da primeira página em ambos os jornais.

Após esta análise dos jornais, passamos à pesquisa dos *blogs* propriamente ditos. Os quatro *blogs* em análise abordaram os “tumultos em Inglaterra”. O “Hoje há conquilhas” escreveu 1 post opinativo, o *blog* “5dias.net” dedicou 6 posts opinativos, 1 vídeo e 3 posts irónicos, o *blog* “Cachimbo de Magritte” tem 3 posts opinativos e 2 vídeos e o *blog* “31 da Armada” dedicou 8 vídeos ao tema e ainda 2 posts irónicos. De salientar que os vídeos colocados em todos os *blogs* são videoclips de músicas que de alguma forma se associam a este tema.

De acordo com a tabela acima representada podemos constatar que os *blogs* privilegiaram o vídeo a propósito dos “tumultos em Inglaterra”. A opinião/crónica enquanto género jornalístico foi a mais privilegiada editorialmente pelos *blogs* analisados atingindo 38 % do espaço, o segundo lugar é ocupado pela ironia com cerca de 19% dos posts. A opção pelo post informativo, durante o período analisado foi completamente ignorada.

O facto do jornalismo cidadão propiciar a democratização da comunicação evidencia que este tipo de jornalismo tem uma forma mais cívica do que o jornalismo tradicional e seria desta forma mais democrático porque possibilita uma maior participação dos cidadãos. Tendo em conta o critério do que é o jornalismo cidadão segundo Bruns, podemos considerar que estes bloggers são “jornalistas cidadãos” na medida em que configuram, filtram, comentam, contextualizam interagindo com o que o que os media tradicionais produzem.

Na semana 2 constatámos que estas novas vozes da blogosfera caminham para expressar a sua própria opinião e fazê-la valer. Os posts funcionam como faixas simples

levantadas por muitos braços que mostram revolta, falam contra a pressão dos grandes grupos económicos e financeiros e dos políticos em geral.

A “proposta de Merkl e Sarkozy para salvar a zona Euro”; “o défice orçamental” e as “eurobonds” foram as temas discutidos no terceiro “Combate de Blogs”. Da análise da semana 3 pode concluir-se que os temas debatidos no programa foram lançados pelos jornais.

A distribuição noticiosa dos temas em análise não é equilibrada. O primeiro tema que deteve 41% do tempo do programa deteve no “Diário de Notícias” 61% e no “Público” 26% de ocupação de espaço dos jornais. A “proposta de Merkl e Sarkozy para salvar a zona Euro” adquiriu um grau de importância muito diferente nos dois jornais diários. O tema 1 foi um assunto que mereceu amplo destaque no “Diário de Notícias” e no “Combate de Blogs” quando comparado com o “Público”.

O tema dois – o “défice orçamental” deteve 13% do tempo do programa, e ocupou 28% e 35% do espaço do “Diário de Notícias” e “Público” respectivamente. Podemos considerar que não houve uma correspondência entre o tempo dispensado no “Combate de Blogs” e a “saída” de artigos dos jornais.

O tema três do “Combate de Blogs” - as “eurobonds” deteve 46% do tempo do programa. Ao analisar as tabelas dos jornais damos conta que o tema 3 adquiriu um grau de importância muito diferente nos dois jornais diários e no programa “Combate de Blogs”. As percentagens de 38% de ocupação de espaço no caso do “Público” contra os 11% apresentados pelo “Diário de Notícias” não deixam qualquer margem para dúvida. As “eurobonds” foram um assunto que mereceu amplo destaque no “Combate de Blogs” quando comparado com o “Diário de Notícias” e o “Público”.

Em termos de conteúdo noticioso verificámos que a notícia foi o género jornalístico mais utilizado em ambos os jornais em relação aos três temas da semana três.

Se por um lado podemos falar de algum equilíbrio quando comparamos os géneros jornalísticos utilizados pelos dois diários, o mesmo não acontece no capítulo da ocupação do espaço. Aqui há um claro distanciamento na opção assumida entre o “Público” e o “Diário de Notícias”.

Nos blogs, no período de 15 de agosto a 21 de agosto de 2011, correspondente à semana 3 foram analisados 73 posts, contudo apenas 9 relativos aos temas debatidos no programa “Combate de Blogs”.

Durante o período analisado, nota-se que a “proposta de Merkl e Sarkozy para salvar a zona Euro” não mereceu destaque na blogosfera. O blog “Hoje há conquilhas”, “Cachimbo de Magritte” e “31 da Armada” não dedicaram nenhum post ao tema, ao passo que o blog “5 dias.net” dedicou 2, 1 opinativo e 1 irónico.

O tema 2 o “défice orçamental” foi ignorado pelos blogs “Hoje há conquilhas” e “5dias.net”. Nesta semana estes dois blogs não dedicaram nenhum post a esta matéria. O blog “Cachimbo de Magritte” escreveu 4 posts e o blog “31 da Armada” dedicou 3 posts ao tema.

O tema três, as “eurobonds” foi completamente ignorado no período em análise pelos blogs.

A opinião/crónica, enquanto género jornalístico, foi a mais privilegiada editorialmente pelos *blogs* analisados atingindo 78 % do espaço. O segundo lugar é ocupado pela ironia e com cerca de 22% dos posts. A opção pelo vídeo, durante o período analisado foi completamente ignorada.

“Os ricos têm de pagar a crise?” e a “tributação das heranças e do património” foram os temas debatidos no último “Combate de Blogs” em análise.

Podemos considerar que estes temas também foram lançados pelos media tradicionais.

A distribuição noticiosa dos temas em análise não é equilibrada. O primeiro tema que deteve 36% do tempo do programa, adquiriu no “Diário de Notícias” 44% e no “Público” 70% de ocupação de espaço dos jornais. “Os ricos têm de pagar a crise?” adquiriu um grau de importância muito diferente nos dois jornais diários. O tema 1 foi um assunto que mereceu amplo destaque no “Público” quando comparado com o “Diário de Notícias” e o “Combate de Blogs”.

Com o tema dois, que deteve 64% do tempo do programa, encontramos a mesma situação. O “Diário de Notícias”, sobre a “tributação das heranças e do património”, dedicou 56% da distribuição do conteúdo noticioso ao passo que o “Público” apenas dedicou 30%.

Em termos de conteúdo noticioso verificámos que a notícia foi o género jornalístico mais utilizado pelo “Diário de Notícias” com 38%, ao passo que o “Público” privilegiou a opinião com 25%. Os temas da semana 4 mereceram algum destaque ao nível da fotografia em ambos os jornais.

Após a análise dos jornais, passamos à análise dos *blogs*. Num total de 177 posts na semana 4, identificamos 15 posts relativos aos temas debatidos no programa “Combate de Blogs”.

Durante o período analisado, depreende-se que o tema “os ricos têm de pagar a crise” mereceu algum destaque na blogosfera. O *blog* “5dias.net” dedicou 1 post ao tema, o “Cachimbo de Magritte” 4 artigos e o *blog* “31 da Armada” 3.

Ao analisar a tabela do tema dois “tributação das heranças e do património”, verificámos que este adquiriu um grau de importância muito diferente nos quatro *blogs*. Por exemplo o *blog* “Hoje há conquilhas” dedicou um post a este tema, já o “5 dias.net” escreveu 5 posts e os *blogs* “Cachimbo de Magritte” e “31 da Armada” dedicaram apenas 1 post. Se por um lado podemos falar de algum equilíbrio quando comparamos os géneros jornalísticos utilizados pelos quatro *blogs*, o mesmo não acontece no capítulo de publicação de posts.

A opinião/crónica enquanto género jornalístico foi uma vez mais, a mais privilegiada editorialmente pelos *blogs* analisados atingindo 63 % do espaço, seguindo-se o post irónico com 31%.

A análise quantitativa dos jornais, dos *blogs* e do programa “Combate de Blogs” revela que os temas do programa foram sempre lançados pelos jornais, à exceção do tema 3 da semana 1 – “Os políticos de direita são mais sexys”. No mês de agosto houve sempre artigos nos *blogs*, mas nem sempre os temas do “Combate de Blogs” foram os principais destaques na blogosfera e nos jornais.

Com os dados obtidos na amostra é possível constatar que os quatro *blogs* analisados são voltados para posts mais opinativos e irónicos do que propriamente informativos, promovendo assim o próprio debate na blogosfera.

Os dados apurados na análise quantitativa permitem afirmar que é inegável a importância dos media tradicionais em manter e ampliar o debate público. Mas a internet, nomeadamente a blogosfera, traz novas configurações comunicacionais que colaboram para a reconfiguração da esfera pública social.

Mais do que entender o jornalismo cidadão como um conceito, podemos olhá-lo como um fenómeno presente na internet mas que se alia aos media tradicionais. A blogosfera e o jornalismo cidadão são capazes de potencializar a reestruturação de esferas públicas mais abertas e plurais. Os bloggers, na sua dimensão de cidadãos dotados de direitos e deveres de um sistema democrático, utilizam os seus *blogs* para

criar, produzir e distribuir conteúdos que de certa forma visam os interesses de uma comunidade, os chamados seguidores.

## **4.2. Resultados e discussões da análise qualitativa**

### **4.2.1. Blogs**

Com o método de análise qualitativo pretende-se abordar o conteúdo dos posts, em particular a análise dos conteúdos dos títulos e textos. O objetivo deste estudo qualitativo é interpretar se existe ou não o conceito de cidadão jornalista.

A constatação geral mais relevante, no que se refere aos dados da totalidade dos posts, é que prevalece o estilo opinativo, o que evidencia que os bloggers recorrem aos meios de comunicação de massa para comentarem as notícias.

Os *blogs* analisados revelam que têm como uma das principais características a proliferação de opiniões. A participação dos bloggers como produtores de informação, de uma forma geral, mostra-se ainda incipiente. Os *blogs* analisados serão, assim, muito mais reflexos críticos da atividade jornalística do que concorrentes.

O tema 1 da semana 1 obteve apenas opiniões pela parte dos *blogs* analisados e 1 vídeo. É de realçar que nenhum dos vídeos é da autoria dos bloggers. O *blog* “Hoje há conquilhas” não dedicou nenhum artigo ao tema 1 da semana 1 ao passo que “31 da Armada” dedicou apenas um vídeo do Jornal das 20h da Tvi.

O *blog* “5dias.net” sobre o tema 1 escreve um dos posts com o título **“Principais pontos do Programa de Emergência Nacional”**. Nos excertos que se seguem deste artigo estão presentes diversas expressões e figuras de estilo, adjetivação de inferioridade, metáforas com tom incisivo forte e de denúncia: *“atolhar crianças pobres em creches superlotadas”, “dar aos pobrezinhos medicamentos fora de prazo” “deixar de fiscalizar, através da ASAE, as cantinas das IPSS’s (comem de borla, a higiene é o menos”* - encontramos exemplos claros de uma linguagem sugestiva transmitida por adjetivos – crianças pobres, pobrezinhos, que não só reforçam e intensificam ideias mas acima de tudo traduzem subjetividade e intencionalidade. O post continua - *“é um bom exemplo do que separa uma pessoa de esquerda de uma pessoa de direita: a de esquerda pensa em solidariedade, a de direita em caridade.”*

Claramente, este post traduz a presença de juízos de valor, opinião e acima de tudo a defesa de algo, tentando chamar a atenção para alguns aspetos e valorizar outros.

Não se pode negar que o jornalismo cidadão favorece o exercício da cidadania e a participação ativa na sociedade. O cidadão jornalista dá voz a grupos e indivíduos que se encontravam fora do debate na esfera pública e traz à tona pontos de vista diferentes.

Esta abertura e liberdade de expressão garantem o princípio de esfera pública, em que todos possuem acesso igual para as ferramentas de interação e todos os conteúdos e pontos de vista são tornados disponíveis a todos.

No “Cachimbo de Magritte” verificamos o mesmo cenário. O título **“Alguém há-de pagar”** carrega um juízo de valores e uma linguagem altamente subjetiva com um certo cariz de crítica e de acusação.

Regra geral, os títulos dos posts são objetivos e diretos. As palavras são simples e claras acabando por transmitir com sucesso e objetividade o seu sentido. Verifica-se que os subtítulos acabam por funcionar como peça de um puzzle, complementando informação ao título. Por exemplo, o tema 2 da semana 1 – “O caso BPN” deteve pela parte do “Hoje há conquilhas” um post opinativo. O título é **“O BPN”** – um título objetivo, sem grandes ilusionismos e direto. As palavras são simples e claras acabando por transmitir com sucesso e objetividade o que o artigo vai tratar. Já o “5dias.net” para o mesmo assunto opta pelo título **“Negócios dizem eles”** e coloca uma imagem de Cavaco Silva na praia.

Claramente opinativo, Tomás Vasques - o autor do “Hoje há conquilhas” - começa o post:

*“O BPN é um banco que resultou diretamente do cavaquismo. E tanto assim é que o próprio Cavaco Silva fez um negócio de compra e venda de ações não cotadas a preço de amigos. O BPN foi, desde o começo, uma vigarice, uma fraude completa com a aparência de um banco. “*

No blog “5dias.net” o post é curto, diz apenas *“Ao mesmo tempo que Cavaco transfere a corte para a sua casa BPN, o Estado oferece o BPN, livre de dívidas, a um cavaquista.”* Este artigo incorpora duas hiperligações. A primeira reverte o leitor para uma notícia do jornal “Sol” com o título **“Cavaco vai de férias para o Algarve mas fica de “prevenção”**, a segunda hiperligação reencaminha o leitor para o jornal “i” **“Bic ganha BPN e Estado paga custos dos despedimentos”**.

As opiniões divergem nos *blogs* analisados, o que propicia a reciprocidade, outro princípio da esfera pública que garante que todos os pontos de vista são importantes na troca comunicacional para a formação de um consenso.

Na primeira semana podemos ainda dar outros exemplos. No “Cachimbo de Magritte” sobre o mesmo tema “BPN”, os títulos **“Ainda a contas com a herança socialista”**, **“Está tudo louco no PS?”** e **“Amnésia socialista”** são títulos apelativos que utilizam uma linguagem sugestiva, popular, mais quotidiana e oral, no fundo mais próxima do leitor comum, contudo, uma incógnita quanto ao conteúdo dos artigos. O primeiro post diz o seguinte: *“Com a venda aos angolanos do BIC finalmente chega ao fim a triste história do BPN (falta ainda a parte criminal que promete durar até à prescrição). Apesar das garantias de Teixeira dos Santos a nacionalização terá custado 2.4 mil milhões de euros ~~aos contribuintes~~ ao estado. O “abranes” de serviço diz que foi um mau negócio.”*

Neste post opinativo é de realçar a palavra “contribuintes” razurada. O blogger encontra aqui a possibilidade de ironizar e denunciar um facto além de satirizar o tema. As palavras sublinhadas remetem o leitor para notícias de jornais que abordam o tema.

O segundo post é também ele opinativo: *“Depois de ontem o PS ter colocado o deputado Paulo Campos a falar de nomeações, hoje foi a vez de Ricardo Rodrigues abordar o tema da transparência na venda do BPN. Mas eles não têm mais ninguém?”*. No terceiro post: *“Maria de Belém diz que enquanto presidente da Comissão que investigou o BPN lhe “passou muita coisa estranha debaixo dos olhos” e criticou a falta de sanção dos “atos criminosos”. Uma pergunta: Maria de Belém criticava as falhas do anterior Governo? É que o banco foi nacionalizado em novembro de 2008 e até março de 2011 Teixeira dos Santos nunca disse qual o custo para o contribuinte. (...) Maria de Belém deve estar com amnésia. O que é estranho em quem dirigiu a referida Comissão...”*

O tom de crítica e denúncia estão constantemente presentes, sente-se inclusivamente um certo tom de revolta e indignação nos 3 posts que abordam o tema BPN.

O blog “31 da Armada” dedica também especial atenção ao tema 2 da primeira semana. Mais uma vez a opinião e a ironia são os géneros preferidos. Num dos 3 posts opinativos produzidos sobre o tema com o título **“O Estado não gastou nem envolveu dinheiro dos contribuintes no BPN”**, o blogger chama a atenção do leitor. O título é uma citação do antigo ministro das finanças Teixeira dos Santos proferida em 2009 e é o elemento que primeiro atrai o olhar de quem lê o post. Contudo, a compreensão do significado do título depende da leitura prévia dos restantes elementos do artigo. Depois



de lermos o post percebemos que o autor está a emitir a sua opinião sobre o caso e ainda termina com um tom irónico “*será que o governo socialista andou a mentir-nos?*”

Perante um tema que apresenta valores notícia irrecusáveis, o “31 da Armada” não poupou à ironia. E um dos posts do mesmo tema surge assim:

### **Vendas: o BPN valerá 5 vezes mais que o Roberto?**



**Ilustração 3** Ilustração retirada do blog 31 da Armada – “€40 Milhões LOL :) 8 Milhões”

A tradição satírica foi-se consolidando como uma expressão ligada à caricatura sociopolítica, mas pode ser compreendida como um meio de comunicação devido à sua linguagem específica, qualidade de discurso e pela vinculação que as suas mensagens estabelecem com o leitor. É relevante nesta análise a verificação de que, de um modo geral, a sátira e a ironia são usadas para produzir humor e crítica social. Por exemplo, sobre o tema 3 da semana 1 o *blog* “5dias.net” colocou 2 posts irónicos. No primeiro coloca uma imagem do Presidente da República Cavaco Silva naturalmente desfavorecido com o título “*Os políticos de direita têm mais capacidade de transmitir a sexualidade*”.



Ilustração 4 Ilustração retirada do blog 5dias.net - “Os políticos de direita têm mais capacidade de transmitir a sexualidade”.

No que diz respeito às fotografias, estas ajudam a assimilar a informação com maior rapidez. A imagem mostra e o texto explica. A criatividade e a ironia são características que identificamos nos *blogs* analisados à exceção do “Hoje há conquilhas” que no período de análise não colocou nenhum post deste estilo. Na verdade, os posts irónicos incitam a curiosidade do leitor e os títulos que se seguem são exemplo disso: *“Afinal, o fetiche com freiras existe mesmo”, “Ouvido no boudoir” “A direita fala em sex appeal, a esquerda começa a propor a nacionalização do sexo”*. Estes títulos transmitem, ao mesmo tempo, uma certa ironia e uma boa dose de humor, incitando a curiosidade ao leitor.

No segundo post dedicado ao tema 3 da primeira semana o “5dias.net” cita um parágrafo da entrevista de Rodrigo Moita de Deus no jornal “i” e reencaminha o leitor, através de uma hiperligação, para o mesmo jornal - *“Uma grande diferença entre os políticos de esquerda e os políticos de direita diz respeito ao guarda-roupa e a essa capacidade de transmitir a sexualidade. A direita costuma ser melhor nessas coisas.”* E remata o post *“Baba-se Rodrigo Moita de Deus.”* Os textos dúbios exigem que o leitor realize várias ilações para construir o sentido e o resultado dessas ilações leva ao riso.

O *blog* “31 da Armada” ironiza o tema com um post curto que diz *“A direita fala em sex appeal, a esquerda começa a propor a nacionalização do sexo.”*

Na primeira semana em questão avaliámos o conteúdo dos *blogs* e verificamos que há opinião explícita, constatamos que os bloggers têm acesso plural e diversificado aos meios de comunicação de massa e uma inclinação para se manterem informados sobre o mundo em geral e a política em particular.

Na blogosfera, estes cidadãos expressam livremente os seus pensamentos e opiniões, sem constrangimentos ou pressões editoriais, caracterizando-se por um espaço não coercivo, outro princípio da esfera pública de Habermas.

A possibilidade de se aceder à mais diversificada informação significa o aumento de alternativas para os cidadãos exercerem uma fiscalização permanente sobre o que é publicado pelos media. Este movimento de resposta interativa não é mais do que o *gatewatching* – os utilizadores são os responsáveis por avaliarem e discutirem as informações presentes em diferentes meios de comunicação. Esta nova nomenclatura advém do papel desempenhado pelos utilizadores do jornalismo participativo: “de porteiro, passa-se ao vigia”. A maior horizontalidade presente na blogosfera mudou a face do processo de produção de notícias, tipicamente verticalizado.

Como verificamos nestes posts, este é um processo que ocorre com respostas prontas e opinativas na maior parte das vezes. A multiplicação de canais de informação disponíveis hoje em dia mostra que esta é uma mudança sem retorno. É interessante pensar que hoje, quem vigia os portões não é mais o jornalista editor, mas o leitor que estabelece um novo controlo sobre o fluxo informativo.

Na segunda semana temos na nossa análise apenas um tema – “Os tumultos em Inglaterra”.

O blog “Hoje há conquilhas” escreveu um post sobre o tema – *“Londres viveu três dias de pesadelo. Para tanto bastou que mil ou dois jovens desempregados, excluídos e sem perspectivas de futuro (alguns deles já ligados à pequena delinquência) tivessem um motivo para se revoltarem e lançarem o pânico num sociedade «ordeira, pacata e democrática». (...) Mas, o aviso está lançado: não é possível exigir mais sacrifícios a quem trabalha em proveito dos bancos e das grandes fortunas evocando, para tal, a «saúde» do sistema financeiro, indispensável à retoma económica. De um momento para o outro, uma simples faúlha pode incendiar a pradaria. No coração da Europa.”*

A blogosfera ainda necessita do impulso dos *media* tradicionais, contudo esta é uma ferramenta que potencia a participação democrática. Tomás Vasques publica a sua opinião, difunde o seu ponto de vista, que adquire visibilidade não só na internet mas também no programa “Combate de Blogs”. Podemos pensar neste *blog* como uma nova esfera pública de conversação na qual a opinião, neste caso o post, amplia e recria novas possibilidades de formação da opinião pública.

O blog “5dias.net” e o “Cachimbo de Magritte” dedicam a este tema nove posts opinativos. Damo-nos conta que a escolha dos títulos passa maioritariamente por uma opção opinativa, o que permite desde logo a enunciação dos dados principais dos posts.

Por exemplo, os títulos *“the dark side of the moon”, “OUTRA VEZ, CONTINUEMOS...: Mais ce qui est liquidé, il faut encore le détruire”: é isto e não outra coisa que está em causa em Londres”, “Feios porcos e maus”, “London Calling”, “Old England has died”, “Mudança de Paradigma”* ou ainda a *“A solução é mandá-los prender”*, revelam uma tendência para as expressões opinativas mas num tom de violência e agressividade. Em quase todos eles os leitores tomam conhecimento, desde logo, daquele que será o conteúdo do post.

Com o título *“the dark side of the moon”*, o autor do “5dias.net” escreve o seguinte: *“Por isso não tenciono perder um segundo a acusar os amotinados quando os nossos dedos devem estar voltados para quem cria as condições para esta realidade.”*

No post do “Cachimbo de Magritte” com o título **“Mudança de Paradigma”** pode ler-se: *“Admito que me tenham escapado uns quantos mas até agora não ouvi dos governantes britânicos qualquer tentativa de compreensão ou justificação dos atos criminosos dos últimos dias.”*

A análise de conteúdo destes trechos revela a presença clara da opinião do autor, além de muito senso crítico e poder de argumentação em relação ao tema. Também no post **“London Calling”** do blog “5dias.net” o blogger escreve a dada altura: *“Entretanto, Inglaterra vive dias agitados. Não é quem está na miséria que se revolta, mas quem sabe ter a miséria como horizonte.”*

Nos posts opinativos, os bloggers exprimem e defendem abertamente os seus posicionamentos políticos e ideológicos nestes artigos e mostram de forma clara e ética as suas opiniões na análise crítica dos factos e dos acontecimentos em Londres. De realçar, que no segundo trecho, as palavras “atos criminosos” estão sublinhadas pois remetem o leitor para uma notícia do jornal “Público” com o título **“Tumultos em Inglaterra fazem o primeiro morto”**.

Mas a ironia é também um dos géneros usados pelos bloggers. Nos blogs “5dias.net” e “31 da Armada” está bem evidente este género, nos seguintes exemplos.

O blog “31 da Armada” opta pela imagens nos dois posts:

## Apanhado a fazer compras de última hora em Londres!



Ilustração 5 Ilustração retirada do blog 31 da Armada



Ilustração 6 Ilustração retirada do blog 31 da Armada

Já o blog “5dias.net” escreveu três posts com os seguintes títulos *“Transformemos Portugal numa nova Inglaterra”, “Continuemos pois”* e *“A Scotland Yard não será capaz de impor a ordem a cavalo, como Mubarak não foi capaz de recuperar o trono a camelo. A mubarakização de Cameron só se trava com a tahrirização da resistência.”*

A ironia é constantemente proposta em diversos géneros nos posts analisados, tanto em escrita como em imagem e desempenha uma função crítica, mostrando o assunto sob diversas e variadas formas. Vendo a ironia sob a perspectiva do cidadão jornalista, percebemos que a linguagem desempenha um papel significativo quanto ao modo como se abordam os assuntos. Dessa forma, o interesse volta-se não só para o que é dito mas, principalmente para como é dito, onde se pode visualizar as tendências do blogger em relação àquilo que enuncia. Assim, julgamos de interesse considerar a ironia como uma estratégia enunciativa e discursiva, um fenómeno às vezes subtil, mas extremamente eficaz na realização de críticas.

Os vídeos utilizados pelos *blogs* “Cachimbo de Magritte”, “31 da Armada” e “5dias.net” são músicas de bandas britânicas, como os “Clash”, “Captain Sensible”, “The Boo Radleys”, “Madness”, “Pulp”, entre outros, que abordam de alguma forma os tumultos em Inglaterra.

Analisando os posts da semana 2, percebemos que existem textos com uma intensa força argumentativa. As questões levantadas pelos bloggers, a indignação, as críticas e mesmo os pontos de vista apontam não só os problemas, como também soluções, o que na maioria dos casos está ausente nos meios de comunicação tradicionais.

A observação dos posts opinativos anuncia a possibilidade do surgimento de novas esferas públicas, no fundo, estes são espaços de formação de opinião que se processam pela troca de argumentos. Este papel, outrora desempenhado pela imprensa nos géneros literário e opinativo, tem agora mais uma plataforma de materialização: a blogosfera.

Na semana 3 temos em análise três temas. A “proposta de Merkl e Sarkozy para salvar a zona Euro”, o “défice orçamental” e por fim as “eurobonds”. O tema 3 (as Eurobons) foi um assunto ignorado pelos blogs nesta semana de análise. O tema 1 “proposta de Merkl e Sarkozy para salvar a zona Euro” apenas mereceu destaque no blog “5 dias.net” sendo ignorado pelos restantes blogs.

Com o título *“Europeísmo que nos leva a democracia e a carteira”* o blogger expõe claramente a sua opinião sobre o assunto: *“Foi assim que chegámos a esta Europa, onde uma declaração de um governante alemão pode lançar milhares de trabalhadores no desemprego em Portugal.”*

A população nem sempre tem uma formação crítica adequada, capaz de ao ler, ver ou ouvir uma notícia, formar uma opinião própria. Assim, se o jornalismo produzido nos *blogs* levar em conta a responsabilidade de mostrar outros pontos de vista, certamente ajudará na formação da opinião por parte de quem lê os posts.

O tema dois – “o défice orçamental”- mereceu do “Cachimbo de Magritte” e do “31 da Armada” algum destaque. Os títulos *“Estou convencido”, “Constituição”, “O Monopólio dos impostos”, “Shame on you Vitor Gaspar”, “Não percebi”* e *“Quando toda a esperança se desvanece”* são o primeiro elemento dos artigos opinativos referentes ao défice orçamental. Contudo, a compreensão do significado do título, em alguns casos, depende da leitura prévia dos restantes elementos do post.

Mais uma vez os *blogs* apostam na opinião para abordarem o tema. No “31 da Armada” pode ler-se: *“Que Portugal não estaria no estado em que se encontra hoje se a indignação que a esquerda portuguesa tem demonstrado (e bem) sobre o despesismo na Madeira tivesse sido igual durante o mandato de José Sócrates.”* Noutro post volta a falar-se do assunto: *“Em Portugal vivemos em abuso de governação há vários anos e este Governo ainda não deu mostras de querer mudar as coisas. É rápido a impor aumentos de impostos para aumentar receitas, mas é lento a cortar despesa.”*

O “Cachimbo de Magritte” sobre o mesmo tema diz o seguinte: *“Estará o deputado Saldanha Galamba a criticar a política do defunto governo socialista.”*

No fundo, estes bloggers comentam e opinam sobre as notícias que consideram interessantes sobre o défice orçamental, provenientes de diversas fontes, atuando como gatewatchers (BRUNS, 2005) da informação. Ainda que não produzam o conteúdo, a verdade é que filtram e selecionam a informação. É neste contexto que surge o chamado jornalismo cidadão, através do qual, por intermédio das ferramentas de produção disponibilizadas na internet, os leitores passam a desempenhar um papel ativo, participativo, na produção de notícias. Se pensarmos em Bruns (2011) e no seu artigo *“Gatekeeping, Gatewatching Real-Time Feedback: New Challenges for Journalism”* esta produção participativa, possui um carácter complementar em relação às práticas tradicionais de produção de notícias.

A partir dos artigos de opinião e impressões dos bloggers sobre determinado assunto, mesmo que não se tenha a pretensão jornalística, a verdade é que esses posts podem vir a interessar a outras pessoas. Colaborar transcende participar: pressupõe contribuir, ajudar, produzir em parceria, atributos que consideramos estarem presentes nestes posts.



O blog “5dias.net” escreveu um post sobre o tema 1 e o “Cachimbo de Magritte” abordou o tema 2 ironizando a questão do déficit orçamental. O blog “5dias.net” socorreu-se da imagem para ironizar a “proposta de Merkl e Sarkozy para salvar a zona Euro”. Com o título “**À beira do fim?**” o blogger ironiza escrevendo o seguinte:

*“Quando vi esta imagem...”*



Ilustração 7 Ilustração retirada do blog 5dias.net

*“Só me lembrava desta.*

*A Tetrarquia ainda conseguiu adiar a coisa, mas o fim era inevitável...”*



Ilustração 8 Ilustração retirada do blog 5dias.net



O blogger compara a relação de Merkl e Sarkozy à tetrarquia que designa qualquer sistema de governo em que o poder esteja dividido entre quatro indivíduos, denominados "tetrarcas". Neste caso, a ironia desempenha um papel de crítica mas também de humor. Consideramos que a ironia é um recurso linguístico importante pois é uma estratégia que o blogger utiliza para abordar este assunto de uma forma sarcástica.

As habilidades inerentes à blogosfera propiciam o surgimento de competências comunicativas que favorecem um processo de construção de opinião, minimizando as interferências que muitas vezes são criadas pelos meios de comunicação de massa.

O “Cachimbo de Magritte” utiliza também a ironia no post com o título **“Um pequenito desvio”**. O autor escreve *“Segundo Vítor Gaspar, o governo e a “troika” confirmaram a existência de um desvio no OE 2011 equivalente a 1.1% do PIB (o que equivale a cerca de 1.8 mil milhões de euros). Aguardo pelo comentário e explicações de “abrantos” ou outros antigos servidores do “Eng.º” Pinto de Sousa como o deputado Saldanha Galamba.”*

Ao analisar criticamente os juízos de valor deste trecho está implícita a ironia. É uma estratégia da parte de quem escreve fazer uma denúncia mas de forma subtil.

Na semana três, na análise de conteúdo dos blogs são claras as referências ao gatewatching. Destaca-se o emissor, desta feita como um ator do processo de produção, ao mesmo tempo emissor e recetor. É também importante salientar que a blogosfera propicia a organização de grupos que de alguma forma se identificam de acordo com os interesses que os bloggers partilham. Este é um conceito importante para entender as mudanças que o jornalismo tem vindo a enfrentar e que este espaço, para a troca e consumo de informações alternativas é a uma contribuição para o jornalismo cidadão.

Na última semana de análise há dois temas em debate no “Combate de Blogs”- “os ricos têm de pagar a crise” e a “tributação das heranças e do património”.

Na blogosfera o tema 1 foi abordado sob a forma de opinião e ironia. Os blogs “Cachimbo de Magritte” e “31 da Armada” optaram pelo género opinativo para abordarem o tema “Os ricos têm de pagar a crise?”.

Os títulos; **“O que é injusto e imoral em Portugal não é 'os ricos não pagarem impostos', imoral e injusto é o estado gastar por ano METADE do que os portugueses produzem”**; **“Agarra que é rico”**, e **“Ricos quais Ricos?”** manifestam claramente a

opinião do autor do post. O blogger, ao colocar a língua em movimento, esforça-se para submeter o seu post ao imperativo da objetividade, no anseio de revelar, por meio da palavra, um retrato da atualidade sob o seu ponto de vista. Nestes artigos viabiliza-se a defesa de pontos de vista, em detrimento de outros, bem como a condução de julgamentos que tenham como consequência direta a formação de opiniões.

Tal como afirma Bruns (2011), estas práticas podem não significar o jornalismo no sentido ortodoxo da profissão; mas fornecem um modelo para o que poderá ser descrito como uma ação colaborativa das notícias na medida em que os utilizadores encontram, compartilham e (muitas vezes) comentam as informações que têm valor como notícias.

Neste trecho sobre o tema 1, o blogger do “Cachimbo de Magritte” escreve: *“É iníquo este discurso contra os 'ricos', e eu que não olhei para o lado e não fingi que o injusto saque ao subsídio de Natal decretado por este governo era mais do que um atentado à economia e aos portugueses (...) digo-o e repito-o quantas vezes forem necessárias.”* No trecho do post do 31 da Armada sobre o mesmo tema pode ler-se *“Mesmo que se admita a bondade do princípio de que os ricos devem pagar a crise, não deixa de ser precisa alguma lata para sustentar que essa clique, afinal, são os que têm rendimentos colectáveis superiores a 5.000 euros por mês, mais coisa menos coisa. É preciso muito pouco para ser considerado rico no meu País.”*

Num único espaço, os bloggers divulgam a sua opinião e pelo seu poder de repercussão existem considerações e análises diversas sobre o mesmo tema. Estes bloggers podem não fazer a reportagem das notícias em primeira mão, porém fazem avaliação, o escrutínio das notícias fornecidas pelas fontes oficiais, e assim também prestam um serviço importante – divulgam, partilham, comentam, questionam, opinam sobre as notícias usando a blogosfera que possibilita a colaboração rápida e eficaz entre os utilizadores.

A ironia também foi o passaporte para abordar este mesmo tema. Com os títulos ***“Sobre esta coisa linda dos ricos quererem pagar impostos”, “a reposição do imposto sucessório...”*** e ***“enganei-me”*** os bloggers aliam a informação à ironia sem perder de vista premissas e valores que constituem o jornalismo. A construção da credibilidade, o recurso às noções de objetividade, atualidade, interesse público e responsabilidade social estão presentes nestes posts.

Num dos posts o blogger do “5dias.net” escreve: “*De carteira na mão e lágrima no olho, Berardo afirma estar disposto a pagar mais impostos para ajudar o país. Que tal se começasse por pagar os que deve?*”

Este recurso à ironia é aliado à construção da informação e atendendo aos valores inerentes ao jornalismo como relevância, pertinência, interesse público, factualidade, liberdade de expressão e atualidade, entendemos que estes posts aliam jornalismo a “humor” sem perder de vista premissas e valores que constituem o jornalismo mesmo que estas premissas sejam reconfiguradas. A ironia nestes excertos é encontrada na forma de sarcasmo demonstrada na tomada de posição do próprio blogger.

Ainda sobre este tema encontramos no “Cachimbo de Magritte” o seguinte post:

### “Enganei-me”



Ilustração 9 Ilustração retirada do blog Cachimbo de Magritte - “Parece que afinal quem ganhou foi a extrema-esquerda. Parabéns ao Major Tomé.”

A caricatura mostra o seu valor real, não somente na intensidade ou na perfeição do seu grafismo, mas no que ela nos sugere. Com a versatilidade da caricatura é possível vermos além do simples desenho, pois o subjetivismo da caricatura apresenta informações que nos levam a um julgamento de valor, utilizando o ridículo como arma, a caricatura não só nos faz rir, mas também pensar.

O tema dois “tributação das heranças e do património” recebeu atenção por parte dos 4 blogs em análise. Os títulos “*Ou há moralidade ou comem todos...*”, “*Eles não têm tomates para isso...*”; “*Amorim é do povo, não é de Moscovo!*”; “*O que vale é que o pessoal do i pertence a uma classe sem futuro histórico!*” e ainda “*A caça ao*

*imposto*” são o primeiro elemento dos artigos opinativos referentes ao tema “tributação das heranças e do património”.

Estes *blogs* são considerados como espaço de comunicação horizontal, capaz de fomentar a pluralidade política, a multiplicação das vozes e o debate democrático entre diversos atores sociais. Através da opinião os bloggers dão espaço à abertura do debate atuando de forma a construir esferas públicas concorrentes, o que permite, de certa forma, uma multiplicação de expressões e posicionamentos políticos.

Através da exposição da opinião, existe a possibilidade de maior democratização das informações e a possibilidade de expressão pessoal sobre os diversos temas expostos pelos meios de comunicação tradicionais. Estes bloggers existem em contextos concretos e bem definidos e a sua mobilização como público exige todo um trabalho social, simbólico e informativo que os inscreve no seio das discussões públicas e lhes dá voz. Falamos de cidadãos que se fazem ouvir e que apontam perspectivas alternativas sobre determinados temas ou problemas.

Tanto a linguagem humorística quanto a irónica têm como princípio básico permitir ao blogger dizer implicitamente o que não poderia ser dito explicitamente.

Os títulos *“Não tenho nada, mas tenho, tenho, tudo”, “Esquizofrenia xuxa”* referem-se aos posts irónicos sobre o tema 2.

A ironia utilizada pelos bloggers mostrou-se como um instrumento de crítica e polémica, sendo que o recurso é apresentado como uma interessante ferramenta para o jornalismo cidadão. Tanto a ironia quanto as opiniões mais acaloradas são evidências de que o ambiente criado nestes posts pode ser encarado como propício para o desenvolvimento de uma esfera pública de visibilidade e discussão política.

Nos trechos dos posts que se seguem é possível verificar uma aplicação prática da ironia enquanto crítica ao tema “tributação das heranças e do património”. Com uma tática argumentativa subtil os bloggers mostram o seu ponto de vista:

*“Por cá, neste maravilhoso mundo de repetidas declarações Floribella, salva-se Américo Amorim que desmancha a ironia para fazer humor: “Não me considero rico. Sou trabalhador”. E eu sou um porta-aviões.”* in blog 5dias.net 24 de agosto de 2011

*“O camarada Seguro quer taxar os rendimentos de capital. Assim se escreve a história quando o PS está na oposição. Uma vez no poder a conversa muda e prevalece a lógica do «socialismo na gaveta.»* in blog 5dias.net 24 de agosto de 2011

Nestes trechos a ironia funciona como ferramenta de descrição e, no limite, de opinião e crítica, algo muito comum na blogosfera. Os enquadramentos das notícias saídas nos meios de comunicação tradicionais são “reconstruídas” por palavras, metáforas, expressões, ironias, imagens visuais e insinuações.

A opinião, a ironia nos posts pode ser uma alavanca para novas formas de contestação, constituindo um meio através do qual não apenas se obtém informação mas também se troca ideias e se discute, dada a sua bi-direcionalidade e rapidez na troca de mensagens que chegam de todo o mundo e a todo o mundo. Para além de um tom denunciativo, a articulação dos posts com as notícias promove o acesso à informação de qualidade, em que o público pode ler, opinar, tomar posição, isto é, equaciona-se a mediação dos valores populares e alternativos.

Depois desta análise de conteúdo, consideramos que os blogs encurtam as distâncias entre governantes e cidadãos. A comunicação na blogosfera é plena, a tal ponto que os bloggers têm condições de se expressar enquanto personalidade crítica e autónoma. Através dos artigos colocados online debatem formando as opiniões públicas.

Segundo Habermas, a esfera ou espaço público é um fenómeno social elementar, que não pode ser compreendida como uma instituição ou organização. A esfera pública não tem estrutura normativa que trate de competências e papéis e nem se configura como um sistema, já que não tem limites, mas sim, horizontes abertos, permeáveis e dinâmicos.

Os blogs, pela sua estrutura dinâmica e interativa, configuram-se como novos meios de comunicação mais ágeis e independentes em relação ao processo de comunicação dos media tradicionais, caracterizada pelo processo unidirecional do fluxo de informações. A blogosfera alarga a possibilidade de comunicação entre os cidadãos enquanto novo espaço de participação e debate. O crescimento do uso desta ferramenta também acaba por aumentar a influência sobre a opinião pública, uma vez que os posts passam a ser referências para os meios de comunicação tradicional, políticos e da população em geral.

Habermas (2003) defende que a integração de uma sociedade dá-se por meio do poder comunicativo dos cidadãos que a compõem. Para que haja perceção e articulação de medidas importantes para todos, os sistemas valem-se de uma linguagem comum, utilizada na esfera pública política e no sistema político. Tal linguagem comum funciona como um meio pelo qual os indivíduos se entendem e agem.

É importante ressaltar que os utilizadores dessa linguagem comum, cuja dinâmica possibilita a troca de informações e a formação de opinião, são pessoas atingidas pelas ações políticas que neste caso específico são os bloggers. Efetivamente, os artigos que circulam na blogosfera influenciam e são influenciados pelos media, contudo podemos concluir que a blogosfera é uma ferramenta importante para que os cidadãos possam influenciar o sistema político, por meio da opinião pública.

Estes bloggers praticam aquilo a que Bruns chama de *gatewatchers*. Os posts que analisamos comentam as notícias saídas nos meios de comunicação tradicionais mas agregam informações adicionais, avaliam e fornecem um contexto mais amplo de um determinado assunto, pelo que consideramos estes autores como cidadãos jornalistas. O que acontece é que através destes *blogs* a audiência, antes limitada a receber um conteúdo pronto e estático, participa agora ativamente na produção de informação.

Com o *gatewatching* pode definir-se uma forma diferenciada de acesso à esfera pública de temas que, pelo *gatekeeping*, não ganhariam força suficiente para tal. Antes de pensarmos numa rivalidade entre *gatekeeping* e *gatewatching*, observa-se na verdade uma relação entre estes dois processos pela qual ambos dependem, em graus e escalas variadas, um do outro.

O século XXI trouxe uma nova forma de exposição pública na qual, em grau mais ou menos intenso, o indivíduo escolhe os seus temas de interesse e os seus limites de representação social. Uma das maneiras que encontra para isso é elegendo a sua esfera de grupos sociais e é essa nova esfera que lhe vai dar voz para se fazer ouvir numa comunidade virtual.

A possibilidade de participação de pessoas comuns não-jornalistas no processo de produção de notícias na internet provoca a necessidade de se repensar o papel do jornalismo. Ao mesmo tempo, não podemos ver o jornalismo tradicional e o jornalismo cidadão como rivais, nem como adversários mas sim como o complemento um do outro.

Em situações de catástrofes ou conflito, a participação dos cidadãos é determinante, contudo, podemos reconhecer a importância de indicadores como a verificação, rigor, exatidão, imparcialidade e credibilidade, pois o carácter específico da mediação jornalística é indispensável para a credibilidade.

Esta é uma forma democrática de produção e acesso à informação em que há a oportunidade de fugir das pautas dos media tradicionais e ainda valorizar cidadãos que são negligenciados pelos grandes meios de comunicação social e têm valor. Com esta

prática obtêm-se mais uma opção de informação com outros pontos de vista e abordagens.

Os dados recolhidos implicaram a observação direta do “Combate de Blogs” exibido no mês de agosto de 2011 e os posts dos 4 blogs em análise.

A técnica de análise dos dados prestigiou também uma abordagem qualitativa, focando a visualização dos programas e a leitura dos posts atendendo apenas aos artigos que citavam os temas debatidos no programa “Combate de Blogs”.

#### **4.2.2. Programa “Combate de Blogs”**

Analisando o “Combate de Blogs”, encontramos sinais que o distinguem dos restantes debates da televisão portuguesa. Regra geral, os debates televisivos são dominados por um grupo reduzido de elites que têm visibilidade mediática onde o que se diz e a forma como se diz são traços exigidos ao discurso do convidado. Ora, o “Combate de Blogs” rompe com este modelo, trazendo para o “plateau” cidadãos que se destacam de acordo com o que escrevem no seu blog e não apenas em função da sua projeção pública.

É um programa com três convidados, escolhidos num leque de interlocutores oriundos da blogosfera. Esse frente a frente faz-se por uma dialéctica argumental, normalmente bem defendida devido a esses convidados apresentarem posições ideológicas diferentes umas das outras. Boa parte dos assuntos debatidos no programa focaram a sua atenção não em temas inéditos, mas sim na agenda dos meios de comunicação de massa. Nas quatro semanas estudadas o género opinativo, o formato de comentário foi o que prevaleceu no programa, sendo que boa parte dos debates esteve ligado à economia. Quando o assunto era política ou corrupção, o tom foi mais ácido, eventualmente indignado, deixando transparecer o posicionamento político dos “combatentes”.

No primeiro programa decidiu-se escolher dois combatentes Rodrigo Moita de Deus (31 da Armada) e Tiago Mota Saraiva (5dias.net) por pertencerem aos *blogs* que também estão a ser analisados nesta dissertação.

No primeiro programa, quando se debate o “plano de emergência nacional”, o combatente Tiago Mota Saraiva do *blog* “5dias.net”, considera que as medidas enunciadas pelo governo são “iniciativas de caridade” e “medidas perversas”. Rodrigo

Moita de Deus, num tom sarcástico e irónico, diz que concorda e afirma em tom irónico: “*Nós na direita somos todos a favor que os pobres morram à fome e os doentes morram à porta dos hospitais*” e continua “*A ideia é evitar que aquela súcia de gente não apedreje os nossos jaguares quando passeamos na rua*”.

Ambos os combatentes revelam o seu ponto de vista num tom denunciativo, mas Rodrigo Moita de Deus é provocador, irónico e irreverente na forma como aborda a sua posição às medidas do “plano de emergência nacional”.

Desta forma, logo no início do programa o espectador já está apto para captar as posições políticas dos combatentes pois a argumentação é a chave deste programa.

O “Combate de Blogs” é uma novidade em relação aos debates tradicionais na medida em que pessoas anónimas com uma posição política bem definida dão voz à sua opinião e manifestam o seu ponto de vista mediante determinado assunto. Este elemento modifica a relação clássica entre emissor e recetor, já que agora o recetor se converte em utilizador e pode, simultaneamente, ser emissor de mensagens.

Acerca da possibilidade da constituição de esferas públicas no “Combate de Blogs” é importante refletir que a troca de opiniões neste espaço pode dar origem a um processo de construção da opinião pública marcado pela intensa participação de indivíduos com posições bem diferenciadas.

Rodrigo Moita de Deus no tom opinativo, toca, como quem não quer nada, em questões essenciais como, por exemplo, a crise:

*“Nós ainda não experimentamos a austeridade, Tiago onde é que viveste a austeridade até agora? Tivemos um fingimento de austeridade. Vocês querem que se subam salários mas acabou-se o dinheiro. Os nossos filhos vão viver pior do que nós, porque nós vivemos acima das nossas possibilidades, lamento ser eu o portador das más notícias.” (...) “Aquilo que tu chamas um ataque à classe média não é mais que um reajustamento, agora passas a viver de acordo com as tuas possibilidades”.*

Rodrigo Moita de Deus no seu discurso usa palavras que encerram uma gama de sentimentos que vão da bondade à acidez sarcástica. As vozes do “Combate de Blogs” são reflexos das muitas vozes de telespectadores que através deles podem exercer a crítica à sociedade, muitas vezes injusta ou cega às carências e reivindicações de todos nós. O programa “Combate de Blogs” produz um novo espaço de debate e uma nova esfera. É a redefinição das relações comunicativas entre os jornalistas e a audiência, aqui o blogger passa a ter um papel ativo e, logo, intervém nos processos de produção da informação.



Por exemplo, Tiago Mota Saraiva responde à provocação de Rodrigo Moita de Deus:

*“Nós temos vivido um festival de despesismo, eu concordo, esse despesismo vê-se quando tu nacionalizas o BPN e vês que aquilo é um enorme buraco e deixas a única entidade rentável que se movimentava ali no meio que era a SLN e aí a esquerda esteve certa e disse-o.”*

Inicialmente, Tiago Mota Saraiva concorda com o discurso do Rodrigo Moita de Deus mas rapidamente dá a volta à sua posição. Ao analisarmos as representações conceptuais, concretamente, em termos sociopolíticos e político-ideológicos verifica-se que, em geral, há valores que se demarcam de modo distintivo, em função da cor política de cada combatente. No fundo, o “Combate de Blogs” está a inserir cidadãos comuns nos debates sociais potencializando a reconfiguração de esferas públicas, ao aproveitar o potencial destes cidadãos, podem trazer-se melhorias para o jornalismo, transformando-o numa prática mais horizontal e plural. Além disso, o jornalismo cidadão é a oportunidade do público se expressar sobre o que lhe interessa e preencher as lacunas dos media tradicionais.

No segundo programa optamos por analisar as intervenções de Duarte Lino do blog “Cachimbo de Magritte” e Filipa Martins do blog “Aventar”.

O tema deste programa é os “tumultos em Inglaterra”

Sobre o tema Filipa Martins diz: *“O discurso – “isto são gangs isolados que se aproveitam do mau estar social para causar distúrbios” é muito benéfico ao discurso político nesta fase, a verdade é que há questões económicas subjacentes a tudo isto”* Duarte Lino contrapõe *“eu acho que esse discurso de dizer que “este tipo de reações são resposta à austeridade” é o que convém às pessoas que fizeram este tipo de distúrbios”*.

O “Combate de Blogs” possibilita diversos olhares sobre o mesmo tema o que permite abrir novos espaço para pensar, analisar e falar. O programa promove protagonistas não habitualmente representados na comunicação social, proporcionando assim uma diversidade de opiniões e uma participação mais alargada de interlocutores.

Duarte Lino, ainda na sua abordagem sobre os “tumultos em Inglaterra”, refere: *“Nas últimas décadas este tipo de comportamentos revestiu-se como uma espécie heroísmo, são os rebeldes que não transigem que respondem violentamente ao que lhe é imposto.”*

Mas Filipa Martins refuta “ *há uma tensão latente na sociedade que tem a ver com uma pressão enorme do estado sobre as famílias isso não faz com que as pessoas de classe média vão para a rua partir lojas (...) mas cria uma tensão social que propicia esta violência na rua.* ”

Uma esfera pública não existe de antemão, é necessária uma reunião de cidadãos interessados em debater e discutir sobre questões de interesse coletivo, com o objetivo de chegarem a uma conclusão ou apenas a um entendimento das diferentes nuances que compõem essa questão. Se pensarmos o “Combate de Blogs” como um espaço comunicativo, onde a linguagem não é usada como um mero instrumento de convencimento dos outros, mas como uma forma de produzir reciprocidade e reflexão podemos ver que o programa gera uma esfera pública.

O “Combate de Blogs” possui as condições necessárias defendidas por Habermas para propiciar a construção de um espaço público enquanto ferramenta, no fundo, é uma nova plataforma de materialização deste conceito.

No terceiro programa decidiu-se escolher dois combatentes Nuno Ramos de Almeida (5dias.net) e André Abrantes do Amaral (oinsurgente.org).

Quando se debate a “proposta de Merkl e Sarkozy para salvar a zona Euro”, o combatente Nuno Ramos de Almeida do *blog* “5dias.net” considera que as medidas enunciadas por Sarkozy e Merkl não são a solução para a crise e ainda afirma que não se lembra de ter eleito Merkl para mandar em Portugal. Num tom denunciativo afirma: “*Todos os remédios que nos deram fizeram-nos piorar (...) agora a senhora Merkl e o senhor Sarkozy decidem um governo europeu, decidem uma política europeia e dizem até quem vai governar esse governo (...) há um princípio essencial que é, nós não deixamos de existir como entidade temos o direito de discutir este tipo de políticas (...) depois a solução que estes senhores encontram não faz sentido pois esta política de austeridade tem levado apenas ao agudizar das desigualdades.*” Durante a sua intervenção, Nuno Ramos de Almeida mostra porque não concorda com as “soluções” apresentadas por Merkl e Sarkozy e enuncia uma série de cenários que poderão acontecer caso as medidas sugeridas avancem.

Do ponto de vista partidário, nota-se um cuidado pela parte do apresentador Filipe Caetano em equilibrar as participações. Assim depois da intervenção de Nuno Ramos de Almeida, simpatizante da esquerda, o apresentador passa a palavra a André Abrantes Amaral da direita.

Sobre a “proposta de Merkl e Sarkozy para salvar a zona Euro”, André Abrantes Amaral considera que a solução é viável a longo prazo mas o que a Europa precisa é de soluções a curto prazo e afirma *“O problema destes líderes europeus é que os próprios povos, tanto franceses como alemães não estão interessados no aprofundamento da União Europeia, lembrar por exemplo que o Tratado de Maastricht os franceses praticamente o reprovaram e durante todos estes anos os europeus nunca estiveram muito entusiasmados com o aprofundamento da União Europeia”*.

É interessante o facto de os interlocutores não serem conhecidos do grande público e ganharem aqui bastante visibilidade e expressividade. O “Combate de Blogs” cria um espaço de debate espontâneo, onde a política é o grande mote das discussões o que enriquece a expressão pública. Não poderemos dizer que este espaço espelha o ideal da esfera pública preconizado por Habermas (igualdade daqueles que participavam nos debates, interesse geral das discussões, não exclusão dos públicos...), mas é certamente um passo no sentido de alargar o espaço público contemporâneo, abrindo-o a outros intervenientes.

O “défice orçamental” também esteve em debate neste terceiro programa. Pegando na questão de Cavaco Silva ser contra a inscrição do limite do défice na Constituição, os combatentes começam por relembrar aos portugueses o tratado de Maastricht que estabelece a regra do défice orçamental em 3% do Pib para os países entrarem na zona euro. A verdade é que o agora presidente da república Cavaco Silva foi o que em 1992 assinou o mesmo tratado como primeiro-ministro.

Cada participante do programa expressa-se da maneira que acredita ser a mais relevante, além disso há a predominância de uma opinião reflexiva, sem que por isso se esqueçam de informar permanentemente o telespectador sobre o assunto que estão a debater numa linguagem acessível.

Em relação ao tema 3 da terceira semana, as “eurobons”, Nuno Ramos de Almeida considera que as Euro obrigações não são a solução e afirma:

*“Quando nós temos uma zona monetária unificada o pressuposto teórico é que o desenvolvimento de várias partes é muito igual (...) o que acontece é que a nossa adesão ao Euro permitiu à Alemanha vantagens de competitividade porque o Euro ainda assim é mais fraco que o Marco e em relação a nós fez-nos perder 20 ou 30% da competitividade portanto nós pagamos à Alemanha esse dinheiro que estamos a pedir, a Alemanha estrategicamente ganha na existência de uma União Europeia.”*

André Abrantes Amaral contrapõe *“Não é totalmente verdade porque o Euro também nos beneficiou em alguma medida nos investimentos estrangeiros em Portugal (...) se o escudo tivesse continuado a existir que investimento é que nós tínhamos tido?”*

A opinião atinge uma enorme importância e visibilidade não só no plano mediático mas, numa relação de forte interdependência, também no plano político e social. Existe pluralidade e diversidade na opinião que é tornada pública através do programa.

Habermas pede uma maior participação dos cidadãos no exercício do seu direito, o de participar ativamente na esfera pública, o de debater ideias e conceitos que, todos os dias são lançados para a arena pública. O “Combate de Blogs” estimula a discussão, a pluralidade de ideias e o jornalismo cidadão nasce deste exercício crítico. Numa linguagem acessível, os combatentes explicam ao telespectador o que são as “eurobons” e mostram os seus prós e contras. Debates como este estão afastados da realidade política portuguesa, portanto é de louvar o modelo do “Combate de Blogs” pois significa um importante desafio de consolidação democrática.

No quarto programa decidiu-se escolher dois combatentes Nuno Ramos de Almeida (5dias.net) e Pedro Brás Teixeira (Cachimbo de Magritte) por pertencerem ao leque dos blogs estudados. Neste último programa em análise foram dois os temas que se debateram. Primeiro “os ricos devem pagar a crise?” e a “tributação das heranças e do património”.

Sobre a proposta de Cavaco Silva taxar os ricos num aumento de 3% sobre o IRS, Nuno Ramos de Almeida considera que esta subida é *pin uts* e concorda que os ricos deveriam “ajudar” a pagar a crise. E adianta *“O rendimento dos ricos tem subido paulatinamente nos últimos 30 anos e aquela parte, que é a parte do trabalho tem diminuído, quer dizer até chegarmos a esta crise nós temos uma situação em que os ricos tiveram mais proveito da situação económica e do crescimento económico, quando chegamos a uma altura de crise também seria natural que eles tivessem uma maior participação nessa recuperação e aquilo que se está a verificar é que são os contribuintes que estão a pagar duplamente.”*

Pedro Brás Teixeira, do blog “Cachimbo de Magritte”, refuta e responde: *“Estamos a falar muito de impostos e a esquecer o lado da despesa. Nós já temos impostos sobre o rendimento, sobre os ricos, sobre o património, mas esses impostos que temos têm problemas e nós corremos aqui o risco de corrigirmos os impostos que temos, andar a fazer um remendo imperfeito nos impostos que temos e depois corrigir*

*as imperfeições deste remendo (...) eu preferia que melhorássemos os impostos que temos e não andássemos a criar impostos por cima dos que temos.”*

O telespectador, levado pelo apelo persuasivo do debate e pelo seu carácter catártico, tem no “Combate de Blogs” outra visão que pode satisfazer as suas dúvidas e reforçar ideias através do olhar de cidadãos “anónimos” manifestando diferentes ângulos argumentativos. Sublinhe-se a ousadia que este programa teve em apostar em nomes que não são da esfera mediática para debaterem e analisarem as notícias que mais marcam cada semana.

Sobre o tema “tributação das heranças e do património” os bloggers debatem as várias questões inerentes a esta medida. Nuno Ramos de Almeida adverte: *“Não existe justiça fiscal, eu recordo aquele caso célebre do presidente de um clube de futebol, o mais conhecido em Portugal que declarava ordenado mínimo e que vinha de helicóptero para a praia, portanto, há um conjunto de despesas que não são tributados, (...) a justiça fiscal não tem que ver só com o ordenado que declaram mas tem a ver com os rendimentos de capital que têm, como o património (...) o que acontece é uma injustiça fiscal.”*

Pedro Brás Teixeira continua a reflexão e afirma: *“Infelizmente nós temos uma capacidade limitada de tributar capital (...) o nosso sistema tem uma série de problemas concretos que de alguma maneira podiam ser minorados por exemplo sobre a tributação do património. As pessoas não são muito ricas pagam o IMI sobre o seu património, as pessoas muito ricas não investem diretamente em imobiliário, criam fundos imobiliários e inexplicavelmente os fundos imobiliários estão isentos de IMI.”*

A expressão da capacidade individual para pensar e agir, mas também a manifestação de soluções promove uma nova esfera de atuação e discussão na e para a democracia. A participação destes bloggers e a possibilidade de diálogo que o programa permite corresponde, na essência, àquilo que é idealmente concebido como público.

Estes interlocutores assumem papéis muito idênticos àqueles que pertencem profissionalmente, e por direito, ao campo do jornalismo. É de realçar que o estatuto de comentador advém em grande parte de uma notoriedade conferida pela sua presença em vários palcos mediáticos e neste programa não é o caso.

Ao ocuparem o plateau da informação televisiva, estes bloggers conquistaram uma visibilidade que reforça o seu poder e a sua credibilidade na própria blogosfera.

De acordo com as características e as formas de funcionamento do “Combate de Blogs” é possível concluir que o jornalismo cidadão é um meio democrático e, embora

o perfil dos “combatentes” seja de pessoas de um segmento restrito da sociedade bastante erudito, a verdade é que promovem uma ampliação do debate público.

Através do “Combate de Blogs” a sociedade civil passa a contar com espaços de formação de opinião menos submissos às fórmulas e políticas adotadas pelos meios de comunicação de massa convencionais. É um debate televisivo sim, mas os atores não são figuras mediáticas, conhecidas do telespectador comum.

Podemos considerar que o “Combate de Blogs” é um meio de grande repercussão social, é um programa que desenvolve e marca um espaço social onde circula informação.

### **4.3. Reflexões Finais**

Os resultados obtidos desta amostra foram interessantes. Com o advento da internet e os novos suportes técnicos para a transmissão de informações todos podemos ter um espaço de expressão livre e de baixo custo. Associados à pluralização da emissão de conteúdos, à interação e cooperação entre autores e leitores, verificamos que os *blogs* são uma experiência de comunicação horizontal, em que é possível estabelecer formas de debate público plural e democrático.

A utilização da blogosfera pelos cidadãos comuns é um dado adquirido, nomeadamente como agregador de notícias e como plataforma de difusão de informação.

Nos *blogs* analisados nesta dissertação há a capacidade crítica e ativa das pessoas que escrevem, havendo como consequência direta mais leitura e um espírito mais crítico em vez da passividade de outrora. Consideramos que devido aos novos media, nomeadamente à blogosfera, tornou-se mais fácil o cidadão participar na esfera pública através de críticas, ideias e informações que muitas vezes completam o trabalho do jornalista.

As opiniões manifestadas na blogosfera complementam a formação de opiniões, o que permite a criação de novos espaços de discussão e debate político. Lembramos, assim, algumas das ideias defendidas por Habermas, nomeadamente no que diz respeito à esfera pública burguesa onde as pessoas livres utilizavam a razão para a troca de argumentos e ideias sobre vários assuntos, nomeadamente a política.

A tendência atual ainda é para serem as agendas mediáticas a influenciar os blogs, como constatamos na análise dos jornais, dos blogs e posteriormente do programa “Combate de Blogs”. Contudo, o desenvolvimento da blogosfera pode ser utilizado em benefício do jornalismo, independente das transformações provocadas no exercício da profissão do jornalista. A perspectiva mais consensual vai no sentido de admitir uma coexistência mutuamente benéfica entre a blogosfera e o jornalismo, dado que a importância da primeira não oblitera a do último.

Quanto aos blogs analisados são um novo formato jornalístico que ilustra a possibilidade de interação num espaço mais livre, pessoal e descomprometido. A informação, esta escrita quase como uma crónica, onde o blogger assume uma posição, ironiza, recorrendo a várias técnicas para transmitir da forma mais eficaz possível a informação.

No seguimento deste tema, apercebemo-nos que o “Combate de Blogs” possibilita a inserção de personalidades não institucionais, anónimas, promovendo a descentralização do poder enunciativo que antes se concentrava nas mãos dos grandes monopólios. As discussões no “Combate de Blogs” foram marcadas, predominantemente, por comentários com avaliações morais e emissão de opiniões pessoais, havendo sempre ocorrência de análises críticas e tomadas de posição.

O programa permite que cidadãos comuns deixem de ser representados e passem a ser reconhecidos pela própria voz através dos seus próprios relatos. É a passagem do online para o plateau.

Por outro lado, e na sequência desta análise, consideramos que o programa “Combate de Blogs” cria espaço para relações sociais mais democráticas, plurais e horizontais, onde é possível promover entre os participantes um espaço para as diversas esferas sociais.

### **Confrontação dos dados com a questão orientadora**

Da proposição referida no início desta dissertação resultou uma questão orientadora, que será agora confrontada com os dados resultantes da metodologia de Investigação. Relembremos a proposição definida:

**Existe a presença do cidadão jornalista/jornalismo participativo no programa “Combate de Blogs”?**

Concluída a leitura e interpretação dos dados, estamos agora em condições de avaliar a informação obtida e submetê-la à luz das hipóteses teóricas que deram corpo a esta dissertação. Ou seja, tendo em conta os resultados obtidos, é agora possível verificar se as hipóteses enunciadas na introdução são validadas ou não.

**1- A emergência do jornalismo participativo que surgiu nos *blogs* configurou novas formas de interação com o público, democratizando o debate político?**

**2- A blogosfera e a esfera mediática abriram caminho na direção de uma comunicação mais integrada, abrangente e interessante?**

Podemos então, começar por referir que a nossa primeira hipótese se confirma. Durante quase 25 minutos o “Combate de Blogs” permite que cidadãos comuns pronunciem a sua opinião, constituindo uma alternativa consistente aos debates que frequentemente são exibidos na televisão e apresentam interpretações de acordo com os interesses, sociais, culturais e económicos.

O jornalismo caracteriza-se pelo seu papel mediador, porque existe sempre um processo de seleção entre o que é ou não publicado, entre os acontecimentos e o público, mas o “Combate de Blogs” aproveita o potencial de cidadãos anónimos para melhorar o jornalismo, transformando-o numa prática mais horizontal e plural. É este carácter interventivo dos cidadãos que nos permite falar em jornalismo participativo.

O programa intervém e traz algo de novo para o fluxo de informação e comunicação mas esta nova forma de jornalismo cidadão não implica que estabeleçam uma relação de oposição com o jornalismo. Pelo contrário, se os meios de comunicação são o ponto de partida para muitas das reflexões elaboradas na blogosfera, o programa “Combate de Blogs” é também um complemento da informação. No fundo, existe aqui uma relação de complementaridade em que a blogosfera e a esfera mediática abriu caminho na direção de uma comunicação mais interessante.

Bruns (2005) classifica as práticas informativas na internet de *gatewatching* e considera que estas podem complementar e até substituir o papel do *gatekeeping* do jornalismo tradicional. Para o autor, *gatewatching* é a observação daquilo que é publicado pelos veículos noticiosos, no sentido de identificar informações relevantes



assim que publicadas. Dentro desta perspectiva, portanto, os bloggers agiram através do gatewatching.

O potencial interativo do “Combate de Blogs” permite a ampliação do debate em torno da política, admitindo inclusive que o cidadão comum possa emitir opiniões sobre determinados assuntos. O programa é inovador na medida em que usa de habilidades próprias aos fóruns de debate público para difundir temas que se debatem na blogosfera.

São estas relações que apontamos como relevantes no jornalismo participativo. Este complementa a função jornalística tradicional, não tendo o mesmo comprometimento que estes para com a credibilidade da informação mas auxiliando a mobilizar pessoas, a construir discussões e mesmo, a apontar diversidades de pontos de vista a respeito de um assunto. A definição de Bruns (2005) ajuda a pensar um pouco melhor essa função dos bloggers como complementares à função do jornalista, que é justamente o que defendemos nesta dissertação.

Paralelamente, e diretamente ligada à primeira hipótese, foi possível equacionar esta segunda:

**A blogosfera e a esfera mediática abriram caminho na direção de uma comunicação mais integrada, abrangente e interessante?**

De maneira geral, constatamos que houve sempre troca de ideias por parte dos comentadores, sendo que na maioria preocuparam-se em apresentar propostas ou tecer reflexões com análises críticas, gerando um debate de conteúdo que muito contribui para a democracia garantindo a formação do telespectador. Evidentemente, os bloggers participantes no programa não são acríticos às mensagens veiculadas pelos media. Assim pode ser uma ferramenta utilizada não apenas para apontar erros dos conteúdos de veículos tradicionais, mas também para diversificar esses conteúdos, que são, na maioria das vezes, homogêneos, baseados em fontes oficiais, sufocando a produção cultural local, impondo gostos, impedindo a disseminação de posições contrárias ou distintas.

Não afirmamos que o espírito crítico não existe noutros programas, mas o potencial de criar um público mais crítico é maior num ambiente em que foram ampliadas não só as possibilidades de divulgação de conteúdos, como também a interatividade, ou seja, o cruzamento e o debate entre as várias opiniões. Os bloggers

participantes no “Combate de Blogs”, são atualmente novos atores sociais intervenientes na sociedade.

Recuperando a questão científica postulada nesta dissertação, consideramos que é possível concluir que existe a presença do cidadão jornalista no programa “Combate de Blogs”. A Tvi24 apresenta os bloggers como um novo poder em termos comunicativos, um fenómeno que potencia novos atores sociais, com um papel importante na sociedade.

A interatividade e a flexibilidade que o programa proporciona, permitem ir além de uma discussão pública dependente de meios de comunicação unidirecionais. Estas ações têm potencial para provocar mudanças de qualidade nos conteúdos dos meios de comunicação, pois uma vez que o público pode facilmente apontar erros e desmentir discursos, o jornalista ver-se-á forçado a ter maiores cuidados com o conteúdo que publica e que será lido por uma audiência ativa e, portanto, atenta, crítica e desconfiada – diferentemente da massa passiva que tudo aceita.

O jornalismo cidadão traz a noção de dever dos media em contribuir para a revitalização da vida pública, favorecendo o debate. Mais do que nunca, a função do jornalista como mediador deste processo é imprescindível para organizar a grande quantidade de informações que surgem na rede diariamente, principalmente, porque o conteúdo cidadão carece de uma característica essencial para a troca de informações: a credibilidade, mas juntos, jornalistas e público podem construir uma comunicação melhor.

O papel do jornalista enquanto mediador é indiscutivelmente importante. Ainda que a fronteira entre produzir e consumir informação esteja cada vez mais diluída na blogosfera, o papel de jornalista continua a ser fundamental.

Finalmente, é importante chamar a atenção para as inovações que a blogosfera traz para o debate político e consequentemente para a informação, como é possível aferir nesta dissertação.

## 5. Bibliografia

BARBOSA, Elisabete, e GRANADO, António (2004) Weblogs – Diário de Bordo. Porto Editora.

BARDIN, Laurence (1977) Análise de conteúdo. Lisboa. Edições 70.

BARDOEL, Jo, e DEUZE, Mark, (2001) Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. In: Australian Journalism Review. Disponível em: <http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/BardoelDeuze%2BNetworkJournalism%2B2001.pdf>  
Acesso em: 13 de dezembro de 2011

BARZILAI-NAHON, Karine (2008) Gatekeeping: A Critical Review. Disponível em: <http://ekarine.org/wp-admin/pub/GatekeepingRevisited.pdf> Acesso em 13 de dezembro de 2011

BASTOS, Hélder (2000) Jornalismo Electrónico: Internet e Reconfiguração de Práticas nas Redacções. Coimbra: Minerva.

BASTOS, Hélder, LIMA, Helena, e MOUTINHO, Nuno (2010) “The Influence of the Internet on Portuguese Press”. Conferência da International Association for Media and Communication Research (IAMCR), Braga, 18-22 Julho.

BLOOD, Rebecca (2003) Webloggs and journalism: Do they connect? Disponível em: <http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/61-63V57N3.pdf> Acesso em 21 de novembro de 2011

BLOOD, Rebecca (2003) Weblog and journalism in the age of participatory media. Disponível em: [http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs\\_journalism.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs_journalism.html) Acesso em 21 de novembro de 2011

BLOOD, Rebecca (2004). O livro de bolso do weblogue. Campo de Letras.

BOWMAN, Shayne e WILLIS, Chris (2003) Nosotros, el médio – Cómo las audiencias están modelando el futuro de la noticias y la información. Disponível em: <http://www.hypergene.net/wemedia/espanol.php> Acesso em 19 de setembro de 2011

BRUNS, Axel. (2005) Gatewatching. Collaborative Online News Production. New York: Peter Lang.

CANAVILHAS, João (2004) Blogues políticos em Portugal: O dispositivo criou novos actores? Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/texto.php?html2=canavilhas-joao-politica-e-weblogs.html> Acesso em 11 de Setembro de 2011

CHUNG, Deborah Soun (2007) Profits and perils: Online news producers' perceptions of interactivity and uses of interactive features. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies. Disponível em: <http://con.sagepub.com/content/13/1/43.abstract?rss=1> Acesso em 21 de novembro de 2011

DOWNEY, John, e FENTON, Natalie. (2003) New Media, Counter Publicity and the Public Sphere. New Media & Society . Disponível em: <http://nms.sagepub.com/content/5/2/185.short> Acesso em 6 de dezembro de 2011

EDO, Concha (2006) El lenguaje y los géneros periodísticos en la narrativa digital□, in Barboza, Suzana. (Org.), Jornalismo Digital de Terceira Geração, Covilhã: Livros Labcom. Disponível em: [http://www.labcom.ubi.pt/livroslabcom/sinopse/ficha\\_barbosa\\_jornalismo\\_online.html](http://www.labcom.ubi.pt/livroslabcom/sinopse/ficha_barbosa_jornalismo_online.html) Acesso em 6 de Outubro de 2011

EDO, Concha (2009) Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros. Sevilla, Comunicación Social.

ESTALELLA, Adolfo (2005) Anatomia de los blogs. La jerarquia de lo visible. in revista Telos – Cuadernos de Comunicación, Tecnología e Sociedad, no 65. Disponível em: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=9&rev=65.htm> Acesso em 25 de novembro de 2011

FENTON, Natalie (2008) Mediating hope : New media, politics and resistance. Disponível em: [http://eprints.gold.ac.uk/5973/2/Mediating\\_hope.pdf](http://eprints.gold.ac.uk/5973/2/Mediating_hope.pdf) Acesso em 25 de Novembro de 2011

FIDALGO, António (2008) Especificidade Epistemológica do Jornalismo. Disponível em:[http://www.labcom.ubi.pt/publicacoes/201104301414antonio\\_fidalgo\\_especificidade\\_epistemologica\\_jornalismo.pdf](http://www.labcom.ubi.pt/publicacoes/201104301414antonio_fidalgo_especificidade_epistemologica_jornalismo.pdf) Acesso em 25 de Novembro de 2011

GILLMOR, Dan (2005) Nós, Os Media. Lisboa: Editorial Presença.

HABERMAS, Jürgen (1994) Mudança Estrutural na Esfera Pública. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro.

JENKINS, Henry (2006) Fans, Bloggers and Gamers: exploring participatory culture. New York: University Press

LASICA, J. D. (2001) "Blogging has a Form of Journalism" in Online Journalism Review. Disponível em: <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1017958782.php> Acesso em 27 de setembro de 2011

LASICA, J. D. (2003) "Blogs and journalism need each other". Disponível em:<http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/70-74V57N3.pdf> Acesso em 27 de setembro de 2011

LÉVY, Pierre. (1999) "Cibercultura", São Paulo: Editora 34.

MARLOW, Cameron. (2004) "Audience, structure and authority in the weblog community" in MIT Media Laboratory . Disponível em: <http://cameronmarlow.com/papers/audience-structure-and> Acesso em 6 de outubro de 2011

MCQUAIL, Denis, e WINDHAL, Sven (1993) Modelos de Comunicação, Editorial Notícias  
MILLEIRO, Andrés (2006) Entrevista a Jose Luis Orihuela. Disponível em:<http://juanandres.milleiro.com/2006/11/entrevista-a-jose-luis-orihuela/> Acesso em: 20 de setembro de 2011

MITCHELSTEIN, Eugenia, e BOCZKOWSK, Pablo (2009) Between tradition and change- A review of recent research on online news production. Sage Journals. Disponível em:<http://jou.sagepub.com/content/10/5/562.short> Acesso em 9 de outubro de 2011

MORETZSOHN, Sylvia (2006) O mito libertário do "jornalismo cidadão", in Comunicação e Sociedade – Jornalismo e Internet, vol. 9-10, Porto: Campo das Letras. Disponível

em:<http://www.ichca.ufal.br/laboratorio/novasmidias/textos/mitolibertario.pdf> Acesso em 19 de setembro de 2011

ORIHUELA, José.Luis (2006) La revolución de los blogs. Madrid: La esfera de los livros

OUTING, Steve (2004) What Bloggers Can Learn From Journalists. Disponível em: [http://www.poynter.org/content/content\\_view.asp?id=75665](http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=75665) Acesso em: 20 de setembro de 2011

OUTING, Steve (2005) The 11 layers of citizen journalism. Poynter Online. Disponível em: [www.poynter.org/content/content\\_view.asp?id=83126](http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=83126) Acesso em 23 de dezembro de 2011

PAQUET, Sébastien. Personal knowledge publishing and its uses in research. Disponível em:<http://radio.weblogs.com/0110772/stories/2002/10/03/personalKnowledgePublishingAndItsUsesInResearch.html> Acesso em 14 de setembro de 2011

QUIVY, Raymond, e CAMPENHOUDT, Luc (1998) Manual de investigação em Ciências Sociais. Lisboa: Gradiva.

REESE, S., RUTIGLIANO, L., KIDEUK, H., JEONG, J. (2007) Mapping the Blogosphere: Professional and citizen based media in the global news arena, Journalism. Disponível em:<http://www.sagepub.com/mcquail6/Online%20readings/14e%20Reese%20et%20al.pdf> Acesso em 14 de setembro de 2011

RODRIGUES, Catarina (2006) Blogs e a fragmentação do espaço público. Covilhã: Livros Labcom.

ROSEN, Jay (2008) A most useful definition of citizen journalism. Disponível em: [http://archive.pressthink.org/2008/07/14/a\\_most\\_useful\\_d\\_p.html](http://archive.pressthink.org/2008/07/14/a_most_useful_d_p.html) Acesso em 20 de outubro de 2011

SANTOS, Luís (2004) A explosão dos weblogs em Portugal: percepções sobre os efeitos no jornalismo. Actas do II Congresso Ibérico de Comunicação, Universidade da Beira Interior, Covilhã. Disponível em:[http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/3065/1/lasantos\\_Iberico\\_2004.pdf](http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/3065/1/lasantos_Iberico_2004.pdf) Acesso em 6 de outubro de 2011

Schmidt, Jan (2007) Blogging practices: An analytical framework. Journal of Computer-Mediated Communication. Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/schmidt.html>  
Acesso em 6 de outubro de 2011

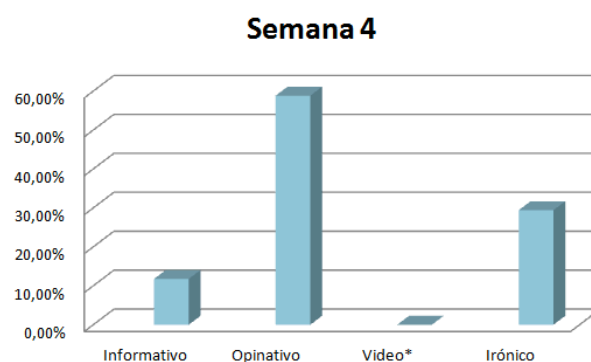
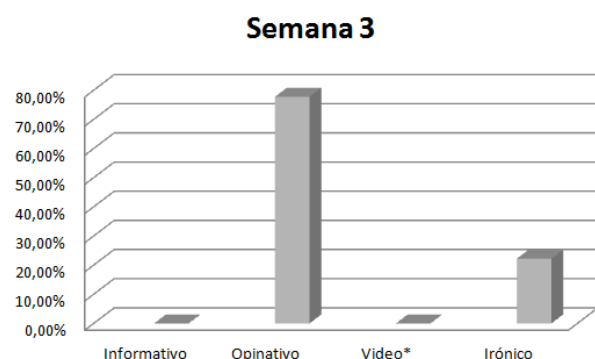
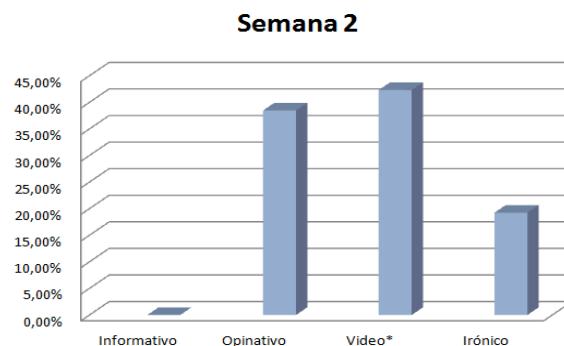
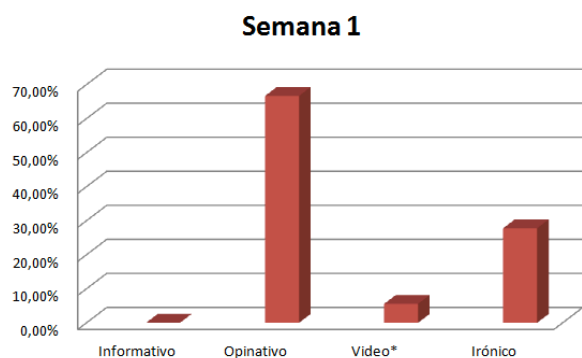
SOUSA, João Pedro (2006) Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media. Porto, Universidade Fernando Pessoa

VILCHES, Lorenzo (2003) A migração digital. São Paulo: Editora PUC-Rio, Edições Loyola

WHITE, David Manning (1993) O gatekeeper : Uma análise de caso na selecção das notícias. In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1993.

ZAMITH, Fernando (2003) Blog-jornais: As experiências da Universidade do Porto I Encontro Nacional sobre Weblogs, Universidade do Minho, Braga, 18-19 de Setembro de 2003. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/zamith-fernando-blog-jornais.pdf> Acesso em 4 de outubro de 2011

## 6. Anexos



Gráficos 1 Comparação da distribuição de posts entre os blogs por variável

Programa	Jornais em análise	Opinião	Noticia	Reportagem	Relacionado	Editorial	Entrevista	Foto	Primeira Página	Total
Semana 1	Diário de Notícias	4	13	0	2	0	1	4	5	29
	Percentagem	14%	45%	0%	7%	0%	3%	14%	17%	100%

Programa	Jornais em análise	Opinião	Noticia	Reportagem	Relacionado	Editorial	Entrevista	Foto	Primeira Página	Total
Semana 1	Público	1	15	0	1	3	1	9	6	36
	Percentagem	3%	42%	0%	3%	8%	3%	25%	17%	100%

Programa	Jornais em análise	Opinião	Noticia	Reportagem	Relacionado	Editorial	Entrevista	Foto	Primeira Página	Total
Semana 2	Diário de Notícias	3	12	3	0	1	0	14	6	39
	Percentagem	8%	31%	8%	0%	3%	0%	36%	15%	100%



Programa	Jornais em análise	Opinião	Notícia	Reportagem	Relacionado	Editorial	Entrevista	Foto	Primeira Página	Total
Semana 2	Público	2	6	6	1	2	1	15	5	38
	Porcentagem	5%	16%	16%	3%	5%	3%	39%	13%	100%

Programa	Jornais em análise	Opinião	Notícia	Reportagem	Relacionado	Editorial	Entrevista	Foto	Primeira Página	Total
Semana 3	Diário de Notícias	1	10	0	0	0	0	5	2	18
	Porcentagem	6%	56%	0%	0%	0%	0%	28%	11%	100%

Programa	Jornais em análise	Opinião	Notícia	Reportagem	Relacionado	Editorial	Entrevista	Foto	Primeira Página	Total
Semana 3	Público	1	13	2	0	1	0	11	6	34
	Porcentagem	3%	38%	6%	0%	3%	0%	32%	18%	100%

Programa	Jornais em análise	Opinião	Notícia	Reportagem	Relacionado	Editorial	Entrevista	Foto	Primeira Página	Total
Semana 4	Diário de Notícias	2	6	0	0	1	0	5	2	16
	Porcentagem	13%	38%	0%	0%	6%	0%	31%	13%	100%

Programa	Jornais em análise	Opinião	Notícia	Reportagem	Relacionado	Editorial	Entrevista	Foto	Primeira Página	Total
Semana 4	Público	5	0	0	3	1	0	7	4	20
	Porcentagem	25%	0%	0%	15%	5%	0%	35%	20%	100%

Tabelas comparativas da distribuição de notícias entre o Público e o Diário de Notícias por variável

## **Modelo da entrevista aos bloggers do “Combate de Blogs”**

1. Como é que surgiu a ideia de criar o blog e qual o seu objetivo inicial?
2. É um blog coletivo ou individual?
3. O blog traz informação sobre o autor?
4. A quem é se dirige este blog?
5. Como é que caracteriza o blog?
6. Que temas são trabalhados no blog?
7. Os textos publicados são em parte originais, produzidos pelos autores na íntegra?
8. A audiência é leitora/consumidora de informação ou também pode atuar na produção de conteúdos? Há interatividade da audiência com o autor e com o blog?
9. A audiência é reativa/pró-ativa?

Se sim: A interação entre autores e audiência ocorre só por meio do sistema de comentários ou por email ou outro tipo de conteúdos?

10. Há edição de conteúdos das audiências?
11. Em que situações os inputs externos são alterados?

12. Há conteúdos completamente vetados? Em que circunstâncias?
13. Os blogs são bastante populares na web e costumam ser as ferramentas mais associadas ao jornalismo participativo. Considera que o seu blog altera ou complementa a esfera noticiosa?
14. Há rotinas nas publicações? Atualizações segundo um determinado momento do dia ou em função da agenda noticiosa ou de inputs dos participantes externos?
15. Contabilizam o número de visitantes do blog por dia? Há uma media das visitas?
16. Como é que se passa de um blog para um “Combate de blogs” na televisão?
17. Considera que o público do programa “ Combate de Blogs” é o mesmo que visita o seu blog?
18. Um público acostumado apenas a receber informações, passou também a informar! Considera que este é o ponto de partida do programa combate de blogs?
19. Existe alguma relação entre o que escreve durante a semana no blog e o programa de cada sábado “Combate de blogs”?
20. O combate de blogs marca os conteúdos do blog durante a semana de alguma forma?
21. Considera a participação no programa um complemento do jornalismo de cidadania? Porquê?

## **Modelo da Entrevista aos professores Luís António Santos e Concha Edo**

O presente trabalho é o resultado de uma dissertação, como parte integrante do Mestrado em Ciências da Comunicação, variante Estudos de Média e Jornalismo. De um modo geral, foram estudados os efeitos da utilização da blogosfera, na criação do conceito de cidadão jornalista. Como objeto de estudo temos o programa de televisão da Tvi24 “Combate de Blogs”.

1-Este tema é frequente em debates e encontros mas o consenso parece difícil, mesmo entre os profissionais com presença nos dois terrenos. Em termos de agenda, quem dita e quem segue – o jornalista ou o blogger?

2- Admitir que se consulta a blogosfera causa embaraço nas redações?

3-Como percebe, a relação entre jornalistas e bloggers? Podemos falar de uma relação de interdependência?

4-Dizem que com a blogosfera o cidadão passou a ter acesso direto às massas, algo que estava reservado aos meios de comunicação tradicionais. Considera que a classe jornalística tem, então, de repartir o seu poder?

5-Considera que a incorporação de tecnologias móveis digitais - em particular, o telemóvel – trouxe novas possibilidades e desafios nas rotinas de produção noticiosa?

6-Não estará a blogosfera a alimentar a ideia de que qualquer pessoa pode ser jornalista?

7-A blogosfera concorre já, ou tem condições para vir a concorrer, com os órgãos de comunicação social tradicionais?

8 -Em Portugal uma questão ligada as habilitações literárias de José Sócrates, o anterior 1º ministro, surgiu na blogosfera antes de os jornalistas acompanharem o tema.

Recorda-se de algum caso em Espanha em que os blogues se tenham antecipado aos media num assunto noticioso?

9-A acreditação de bloggers para eventos dirigidos à comunicação social levanta a hipótese de os blogues poderem tornar se veículos de informação alternativos aos meios convencionais, havendo quem diga que acabarão por substituir os media, nomeadamente os suportes impressos. Parece-lhe viável?

10-Podemos falar de uma influência dos blogs na agenda dos órgãos tradicionais?

## **Entrevista ao professor Luís António Santos, do departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho**

### **1. Este tema é frequente em debates e encontros mas o consenso parece difícil, mesmo entre os profissionais com presença nos dois terrenos. Em termos de agenda, quem dita e quem segue – o jornalista ou o blogger?**

Não creio que seja possível avançar uma resposta simples para esta pergunta. Acho, aliás, que se isso fosse tentado estaríamos a indicar que aprendemos muito pouco, nos últimos anos, com as mudanças sociais induzidas/permitidas pela expansão das tecnologias de comunicação. A fluidez é a marca deste tempo e avaliações estanques arriscam deixar de fora o essencial. Há situações em que são os blogs a ditar a agenda (e, em muitas delas, o jornalismo que se faz não cita a fonte) e há situações (a maioria) em que os blogs elaboram juízo, comentário, informação adicional a partir de conteúdo publicado pelos média. Há um segundo nível de complexidade – muitos blogueiros são jornalistas e muitos jornalistas são blogueiros.

Há um terceiro nível de complexidade – a intenção. Há quem escreva nos blogs porque não se reconhece na produção jornalística e há quem escreva nos blogs porque deseja apenas ter acesso ao ‘plateau’ da produção jornalística (o seu caso de estudo é, neste aspeto particular, significativo).

### **2. Admitir que se consulta a blogosfera causa embaraço nas redações?**

Já causou mais mas, como disse na resposta anterior, são ainda muitos os casos em que trabalho jornalístico é feito a partir de indicações dadas num espaço de partilha digital (podem ser os blogs mas o mesmo se aplica às redes sociais, por exemplo) e não se faz a devida atribuição.

### **3. Como percepciona, a relação entre jornalistas e bloggers? Podemos falar de uma relação de interdependência?**

Creio que sim (sendo que, como disse, muitos indivíduos assumem, em momentos distintos do seu dia, os dois papéis). Será, talvez, mais presente do que a relação de interdependência que existe com os leitores / ouvintes / telespectadores, sobretudo nalgumas áreas específicas – a política, o desporto ou a economia.

### **4. Dizem que com a blogosfera o cidadão passou a ter acesso direto às massas,**

**algo que estava reservado aos meios de comunicação tradicionais.**

**Considera que a classe jornalística tem, então, de repartir o seu poder?**

Os blogs foram o primeiro sinal do cumprimento de uma promessa que nos havia sido feito muitos anos antes quando apareceu o computador pessoal – a da possibilidade real de auto-publicação. Isso significou (e significa) que um número muito maior de pessoas passou a ter acesso a maior visibilidade social. Mas não diria que há ‘acesso direto às massas’ até porque, mesmo hoje (quase 10 anos depois da ‘explosão’) os blogs continuam a ser espaços para pequenas minorias.

Há outras vozes que repartem com o jornalismo tradicional o apelo à nossa atenção – isso sim. Mas os blogs são apenas parte desse novo conjunto de vozes (outra parte, substancial, é a do apelo direto feito por políticos, empresas, marcas, etc.). O jornalismo – assim como nós – vive neste novo universo mediático, mais volátil, mais fluido, mais fragmentado. Em todo o caso, o jornalismo continua a ter um lugar de enorme prevalência.

**5. Considera que a incorporação de tecnologias móveis digitais - em particular, o telemóvel – trouxe novas possibilidades e desafios nas rotinas de produção noticiosa?**

Sem dúvida. O jornalismo sempre (historicamente) soube adaptar-se e adaptar a sua presença e conteúdos a tecnologias de comunicação emergentes. Não digo que a adaptação foi ou seja fácil e tranquila. Mas ela aconteceu e acontece também hoje.

**6. Não estará a blogosfera a alimentar a ideia de que qualquer pessoa pode ser jornalista?**

Essa foi uma ideia que circulou como mais intensidade logo após o surgimento dos blogs mas cedo se percebeu que estava ancorada em base muito frágeis. Há blogs que fazem jornalismo, de facto. Mas são muito poucos. Porque ‘fazer jornalismo’ leva tempo, envolve recursos (mesmo que sejam todos hoje mais baratos), necessita de pessoas e custa dinheiro. Diria que, com o passar dos anos, deixou de ser tão importante o suporte em que se ‘faz jornalismo’ mas tornou-se mais importante ‘o jornalismo que se faz’.

**7. A blogosfera concorre já, ou tem condições para vir a concorrer, com os órgãos de comunicação social tradicionais?**

Haverá sempre exceções, mas diria que não. Há, por exemplo, parte da blogosfera

que vai concorrer também com a publicação literária, com a divulgação de projetos musicais ou com a discussão de propostas políticas. Mas isso não significa que substitui os livros, revistas, sites de bandas ou editoras ou espaços autónomos de partidos e instituições. Vamos cá estar todos. Ninguém vai substituir ninguém. E isso é que é interessante.

**8. A questão das habilitações literárias de José Sócrates surgiu no blogue “Do Portugal Profundo” antes de os jornalistas acompanharem o tema. Recorda-se de outros casos em que os blogues se tenham antecipado aos media num assunto noticioso?**

Neste momento não me ocorre, mas tenho quase a certeza de que há (se quiser saber mais sobre este assunto aconselhava-a a tentar contactar a Elsa Costa e Silva, minha colega de Departamento, que está, neste momento, precisamente a terminar uma tese de doutoramento sobre os blogs políticos em Portugal – [elsa.silva@ics.uminho.pt](mailto:elsa.silva@ics.uminho.pt))

**9. A acreditação de bloggers para eventos dirigidos à comunicação social levanta a hipótese de os blogues poderem tornar-se veículos de informação alternativos aos meios convencionais, havendo quem diga que acabarão por substituir os media, nomeadamente os suportes impressos. Parece-lhe viável?**

Não creio. Acho que já respondi a esta pergunta no que disse anteriormente.

**10. Podemos falar de uma influência dos blogs na agenda dos órgãos tradicionais?**

Podemos falar nos blogues como parte integrante de uma nova ecologia mediática (como dizem os académicos de Toronto) mais vasta, mais fragmentada, mais difusa – toda ela tem influência na agenda dos média tradicionais. O jornalismo vive – precisa de viver – adaptado ao seu espaço social e isso, no presente, significa que nenhum jornalista consegue sobreviver profissionalmente se não estiver atento a um espectro vasto de possíveis e potenciais fontes de informação. Acho que isso já se percebe bem na produção mas também nos processos de cooptação levados a cabo por algumas empresas (nomeadamente contratando blogueiros para painéis de comentário, contratando pessoal para fazer gestão da presença da marca nas redes sociais, etc.).



**Entrevista à professora Concha Edo investigadora da Universidade Complutense de Madrid.**

- 1. Este tema es frecuente en debates y encuentros pero el consenso parece difícil, también entre profesionales con presencia en las dos partes.**

**Hablando de agenda, ¿quien es el líder y quién es el seguidor?, ¿el periodista o el bloguero?**

No existe una única respuesta. En el caso del periodista que, además de trabajar en su medio, mantiene un blog, sería él mismo. Si es un periodista que únicamente escribe en su blog, dependerá del interés de los contenidos periodísticos que ofrezca. Y, finalmente, el liderazgo de un bloguero que no es periodista dependerá de su capacidad de convocatoria. Si el periodista consulta una serie de blogs para buscar noticias o contrastarlas, estará utilizando los blogs como fuente.

- 2. Admitir que se consulta la blogosfera, ¿puede causar vergüenza en las redacciones?**

A día de hoy, en los medios españoles no. Es algo aceptado.

- 3. ¿Como percibe la relación entre los periodistas y blogueros?, ¿podemos hablar de una relación de interdependencia?**

Normalmente no, aunque es cierto que siempre se consultan determinados blogs especializados. Pero no se puede olvidar que la mayor parte de los blogueros están en los espacios de los cibermedios generalistas (*El País, El Mundo, ABC o elconfidencial.com, vozpopuli.com...*). Y aunque escriben con independencia, suelen respetar ese entorno.

- 4. Se dice que con la blogosfera, el ciudadano empezó a tener acceso directo a las masas, algo que estaba reservado a los medios de comunicación tradicionales. ¿considera que la clase periodística tiene que repartir su poder?**

No es una cuestión de poder. Cada periodista tiene que informar con rigor, con un conocimiento profundo de los temas en los que se ha especializado, con criterios éticos y teniendo en cuenta su papel de *watchdog* que le convierte, más bien, en un

contrapoder al servicio de los ciudadanos. En este contexto, es importante contar con la participación ciudadana y fomentarla, pero en ningún caso puede sustituir un trabajo periodístico bien hecho, aunque sí puede, en ocasiones, complementarlo.

El periodismo exige una preparación específica, nivel cultural considerable, cualificación especializada en uno o más temas, el dominio de las estructuras profesionales y las técnicas de captación y selección de noticias, capacidad de trabajo y de síntesis, lenguaje correcto, tenacidad, conocer y tener acceso a fuentes seguras y contrastables, saber contextualizar la información, una firma fiable que demuestre la propia competencia y credibilidad y trabajar de acuerdo con determinados principios éticos. Pero en el escenario actual los periodistas tienen que interactuar con los lectores asegurando un rigor que ponga el sello de la autenticidad.

**5. Considera que la incorporación de tecnologías móviles, en particular el teléfono, ha traído nuevas posibilidades y desafíos en las rutinas de producción de noticias?**

Si, sin duda. Aumenta cada año el número de lectores que acceden a las noticias desde un *smartphone* y, de hecho, la mayor parte de los medios digitales tienen aplicaciones específicas para los dispositivos móviles.

**6. No supone que la blogosfera está alimentando la idea de que cualquiera puede ser periodista?**

Esta tendencia participativa es todavía incipiente, exceptuando el marco anglosajón y algún referente asiático y del norte de Europa, y no sabemos exactamente cómo evolucionará, ya que lo que se ha demostrado hasta ahora es que sólo una pequeña parte de la sociedad es activa en este escenario digital y que las diferentes ofertas mediáticas de interactividad no consiguen aumentar esa participación. Un investigador que haya dedicado tiempo suficiente al estudio de los medios y, por supuesto, cualquier periodista que conozca de cerca el trabajo de una agencia de noticias, un diario, un cibermedio generalista o un informativo de radio o de televisión, sabe la cantidad de noticias, de personas y de trabajo que hacen falta para ofrecer a tiempo y con todos sus matices la información periodística que requieren los lectores. Y en ningún caso lo que envían los ciudadanos, aún cuando sea de calidad, es suficiente para sacar adelante la actualidad diaria en su totalidad. No se puede confundir la libertad de expresión que permite a cualquier ciudadano emitir su opinión o hacer públicas determinadas

informaciones o datos en su blog, en una red social o en el espacio concreto al que tenga acceso, con el trabajo profesional de un periodista que cuenta con la preparación adecuada. Y aunque los lectores envíen noticias, fotos o videos interesantes y publicables, hay piezas informativas que sólo pueden salir bien acabadas de una mano experta: el periodismo es un trabajo que tiene una elevada responsabilidad social.

**7. La Blogosfera compite o tiene condiciones para competir en el futuro con órganos de comunicación social tradicionales?**

El número total de blogs va disminuyendo, entre otras cosas porque se impone el *microblogging*. Y la realidad es que sólo una mínima parte se actualiza con frecuencia. Ya no son una novedad. Sobrevivirán con éxito sólo los que tengan verdadero interés y la visibilidad de su discurso está ahora en los cibermedios y en las redes sociales. Es cierto que son un triunfo de la libertad de expresión y de la democratización informativa, pero también está claro que tal cantidad de información es inabarcable y sólo un grupo pequeño de autores de blogs puede considerarse influyente.

**8. En Portugal, una noticia sobre las habilitaciones de José Sócrates, el anterior primero ministro, ha surgido en la blogosfera antes de los periodistas hablaban del tema. Se recuerda de algún caso en España en que los blogs se tengan anticipado a los media en alguna noticia?**

En estos momentos, en el ámbito periodístico español esa anticipación se produce en las redes sociales y, en muchas ocasiones, por parte de la fuente.

**9. La acreditación de bloggers para eventos dirigidos a la comunicación social levanta la hipótesis de los blogs se convirtieren en vehículos de información alternativos a los medios convencionales, hay quien diga que los reemplazará, como los soportes impresos, ¿le parece que ocurrirá eso?**  
Con los datos actuales, no. Habrá que seguir su evolución.

**10. ¿Podemos hablar de una influencia de los blogs en la agenda de los órganos tradicionales?**

Si, existe cierta influencia, pero relativa. Son pocos los bloggers influyentes.

## **Entrevista a Duarte Lino**

### **Blog Cachimbo de Magritte**

#### **1. Como surgiu a ideia de criar o blog e qual o objetivo inicial?**

Eu comecei a ler blogs muito antes de começar a escrever porque pessoas que eu conhecia e amigos, começaram a escrever. Durante bastante tempo, fui leitor de blogs como era um leitor de jornal. A dada altura quis começar a participar. Criei um blog só com dois amigos com o Pedro Lomba e com o Eduardo Nogueira Pinto, mais tarde fui convidado para um maior onde depois de algum tempo de relutância decidi aceitar.

#### **2. É um blog colectivo?**

Sim é um blog colectivo.

#### **3. O blog traz informação sobre os autores?**

Não. Mas os nomes são verdadeiros e são tudo gente com biografia. Se procurar no Google encontra informação relativamente a todas elas e fica a saber quem são.

#### **4. A quem se dirige este blogue?**

Outros bloggers e jornalistas, essencialmente e uma minoria de curiosos que tem interesse por isto sem participar.

#### **5. Como é que caracteriza o blog? Na globalidade?**

É um blog que tem um certo posicionamento político, quer participar num combate de política e também escrever sobre outras coisas que gostam, reflexões que lhes ocorrem com a exclusão de coisas íntimas.

#### **6. Que temas são trabalhados no blogue? Mais política e economia?**

Sim mas também cinema e livros.

#### **7. Os textos publicados são em parte originais, produzidos por si na íntegra?**

A grande maioria sim, quase na totalidade sim.

**8. A audiência é leitora/consumidora de informação ou também pode atuar na produção de conteúdos? Ou seja há uma interatividade da audiência com o autor e com o blogue?**

Entre os bloggers sim alguma. No resto se houver é indetectável.

**8.1- Mas o que pretendo saber é se – um leitor pode participar atuar na produção de conteúdos?**

Não. Nós nem sequer temos comentários. Pois os comentários não acrescentam nada, regra geral são uma caixa de insultos.

**9. Os blogs são bastante populares na web e costumam ser as ferramentas mais associadas ao jornalismo participativo. Considera que o seu blogue altera ou complementa a esfera noticiosa?**

Acho que sim. Embora se considerar o universo dos jornais e de outros blogs talvez não sinta o mesmo. Mas acho que há uma discussão da política mais solta, posições muito mais claras do que nos jornais, em geral nos jornais as pessoas nos jornais tentam-se camuflar mais.

**10. Há rotinas nas publicações? Isto é, as atualizações que vocês fazem acontecem em determinado momento do dia ou em função da agenda noticiosa?**

Não há regras.

**11. Contabilizam o número de visitantes do blog por dia? Há uma média de visitas?**

Acho que sim.

**12. Como é que se passa de um blogue para um “Combate de blogues” na televisão?**

Por convite.

**13. Existe alguma relação entre o que escreve durante a semana no blog e o programa de cada sábado “Combate de blogs”?**

Acho que sim porque é um programa de política.

**14. Considera que o público do programa “ Combate de Blogs” é o mesmo que visita o seu blog?**

Não, tenho a certeza que não é porque a televisão tem uma visibilidade maior. A concorrência na televisão é muito maior. E tenho a certeza que há espectadores que nunca leram um blog.

**15. Um público acostumado apenas a receber informações, passou também a informar! Considera que este é o ponto de partida do programa combate de blogs?**

Não necessariamente, acho que as pessoas que vão lá já escreveram nos jornais.

São pessoas que estão ou podiam estar. O programa dá oportunidade a principiantes.

**16. O Combate de blogs marca de alguma forma os conteúdos do seu blog?**

Sim.

**17. Considera a participação no programa um complemento do jornalismo de cidadania? Porquê?**

Se dentro do jornalismo estiver incluída a opinião acho que sim, embora eu ache que aquilo é muito mais do que uma questão de opinião. O meu conceito de jornalismo cidadão é outra coisa. São jornalistas não profissionais que de alguma forma mostram informação que os media não divulgam.

## **Entrevista\_ Nuno Ramos de Almeida**

### **Blog: 5dias.net**

#### **1. Como surgiu a ideia de criar o blog e qual o objetivo inicial?**

Eu não sei quando é que foi criado mas tenho ali os arquivos e dá para ver a data. Inicialmente a ideia era criar um blog um pouco diferente porque eram só 5 pessoas, cada pessoa editava um dia, que convidava para esse dia outra pessoa. Os fundadores eram eu, o António Figueira, a Joana Amaral Dias, o Rui Tavares e o Ivan Nunes.

##### **1.1-E qual era o objetivo do blog?**

O objetivo era fazer um blog de opinião na área da atualidade política, na área da escrita não havia um objetivo mais do que publicar. Era fazer um blog que fosse interessante e que fosse diferente. Depois o blog foi evoluindo, a certa altura algumas pessoas deixaram de ter a mesma disponibilidade - o Rui Tavares entrou em doutoramento, o Ivan foi para os Estados Unidos e nós fomos substituindo o Rui Tavares, salvo erro pela Fernanda Cândia e o Ivan Nunes foi substituindo pela Marta Rebelo. Depois, mantivemos a mesma lógica das pessoas que convidavam pessoas para os seus dias. Começamos a ter muitas pessoas convidadas que escreviam regularmente. Havia um problema, a gente postava apenas durante 5 dias não postávamos a semana toda e então a certa altura verificámos que a lógica não tinha razão de ser porque os acontecimentos acontecem a qualquer momento. A gente queria comentar um acontecimento e estávamos condenados e condicionados a comentá-lo no nosso próprio dia, passados 4 dias ou passados 2 dias ou durante o fim de semana. Então fizemos um primeiro alargamento e sucessivamente fomos alargando o blog. O blog foi mudando de pessoas. Daquele blog saíram por discordância ou porque simplesmente quiseram fazer outros blogs. Há dois blogs de gente que veio do 5dias o “Jugular” e o “Vias de Facto”.

#### **2. Continua a ser um blog colectivo?**

Sim claro basta olhar para ele. Muita gente.

#### **3. O blog traz informação sobre os autores?**

Não, não. Não traz muita informação sobre os autores que escrevem. Neste momento o blog, embora seja verão e pouca gente escreva, é um blog que tem umas 30 pessoas das quais regularmente devem escrever umas 7 ou 8 mas não tem informação. É diversificado do ponto de vista profissional.

#### **4. A quem se dirige este blog?**

Nós não escolhemos um público-alvo. Normalmente na blogosfera não há muito essa ideia da criação de um público-alvo, aliás porque nós não lucramos pelo facto de termos um blog, portanto não temos necessidade de ter público. Temos de facto público somos dos blogs com mais leitores da chamada blogosfera política porque há várias blogosferas. Há blogosfera para todos os gostos desde coisas femininas até fotografias de mulheres, até carros, chuchas, há blogosferas para todos os gostos. Na blogosfera da opinião política e do comentário noticioso, nós somos dos blogs mais lidos e dos blogs ditos de esquerda - o primeiro ou o segundo -, dependente às vezes do “Arrastão”. Normalmente, o que tinha graça, é que havia uma comunidade de blogs e o que a gente fazia era cruzar e responder *linkando* às opiniões dos outros, portanto, o que se verificava era que com grande facilidade os nossos leitores podiam ser gente de direita e nós gente de esquerda, leitores dos blogs de direita. Como cruzávamos com essas pessoas e “linkávamos” acabávamos por criar uma comunidade de discussão.

#### **5. Como é que caracteriza o blog? Na globalidade?**

Um blog de opinião situado à esquerda do PS com gente de várias origens políticas e ideológicas e com várias profissões.

#### **6. Que temas são trabalhados no blog? Mais política e economia?**

Sim política e economia internacional. A blogosfera tem ao contrário dos noticiários e jornais, uma certa tendência para comentar o internacional porque também o tipo de pessoas que lê, o tipo de pessoas que escreve, tem provavelmente um nível informativo mais elevado. Vamos dar um exemplo se é uma guerra como houve a de Israel que invadiu o sul do Líbano, na imprensa e na televisão isso é capaz de dar meia página diária. Na blogosfera dá grandes discussões porque as pessoas dividem-se imediatamente entre aqueles que acham que Israel invadiu o Líbano, e aqueles que acham Israel defendeu-se invadindo o Líbano. As polémicas são muito exacerbadas e como toda a gente poliniza aquilo ganha uma certa dinâmica, a certa altura está toda a



gente a discutir determinados acontecimentos e portanto há ali uma espécie de desvio em relação à comunicação social normal acerca dos assuntos.

**7. Os textos publicados são em parte originais, produzidos por si na íntegra?**

Sim são quase sempre originais produzidos pelos autores na íntegra. Às vezes podemos linkar uma entrevista comentando-a ou um texto de opinião mas são originais publicados pelo autor na íntegra. 90% ou mais dos textos publicados.

**8. A audiência é leitora/consumidora de informação ou também pode atuar na produção de conteúdos? Ou seja há uma interatividade da audiência com o autor e com o blog?**

Há, nós temos comentários, embora editados porque a nossa experiência leva que os chamados “trolls” que é uma designação que nós damos para aqueles comentadores agressivos. Basta ver as caixas de opiniões dos jornais, os “trolls”, do nosso ponto de vista, reproduzem os trolls isto é, quando nós permitimos que a discussão chegue a um nível insultuoso a partir daí a discussão que se verifica é insultuosa. É um pouco aquela história da má moeda que expulsa a boa moeda e portanto nós editamos os comentários mas editamos segundo o critério de cada autor, isto é, eu posso ter um critério, pessoalmente não permito comentários insultuosos, nem contra os autores, nem sequer contra terceiros em relação a isso. Mas há pessoas que permitem, depende da latitude de cada um, o que é que aprova.

**9. Portanto a vossa audiência é reativa e pró-ativa?**

Sim, embora eu ache que a maior pró-atividade não é tanto nos comentários, mas é sobretudo entre bloggers, o diálogo na blogosfera faz-se sobretudo entre blogs. Como há milhares de blogs nós dialogamos uns com os outros. Pelo menos quando aquilo estava no seu apogeu era isso que se verificava, agora há uma certa tendência autista, cada um olha para o seu blog, neste momento o diálogo faz-se na rede com opiniões talvez mais do que se faz com comentários, embora os comentários também contribuam para isso.

**10. Em que situações os inputs externos são alterados? Quando há aquilo que me disse, quando começa a baixar o nível a ser insultuoso?**

Não são alterados, não são sequer permitidos. Quando edito os meus comentários se começam a insultar corto, não ponho. Se eu acho que não tem nada a ver com o post também não ponho, se acho que aquilo não adianta para a discussão não ponho. É um espaço que eu vou gerindo há regras que eu acho que são implícitas. Ninguém vai para casa de outra pessoa insultá-la, ninguém vai atestar sobre uma coisa que não tem nada a ver com outra.

**11. Os blogs são bastante populares na web e costumam ser as ferramentas mais associadas ao jornalismo participativo. Considera que o seu blogue altera ou complementa a esfera noticiosa?**

Eu acho sinceramente que nenhum blog sozinho complementa e altera a esfera noticiosa, embora todos juntos complementem e alterem. O meu blog, não é igual a nenhum outro, mas também se não existisse acho que o mundo também não deixava de dar as voltas que dá. Agora se não houvesse blogs, acho que sim que as coisas seriam diferentes. Acho que a blogosfera veio permitir que a informação tivesse outro tipo de produtores isto é, as pessoas estavam divididas entre atores e espectadores na informação e de alguma forma a blogosfera permitiu democratizar a produção de informação para algumas camadas embora necessariamente com diferenças. As diferenças de capitais sociais, as diferenças sociais verificam-se também na blogosfera, provavelmente o número de trolhas da construção civil será menor que o número de doutores, mas quer dizer há ali uma ferramenta que é gratuita que pode ser usada e que pode ter informação produzida que outras pessoas podem aceder.

**12. Há rotinas nas publicações? Isto é, as atualizações que vocês fazem acontecem em determinado momento do dia ou em função da agenda noticiosa?**

Não. É em função da agenda pessoal mais do que noticiosa. Por exemplo, eu agora como sou editor executivo de um jornal estou permanentemente a fechar, portanto, deixei de ter tempo e a minha rotina. Tem a ver mais com a minha rotina pessoal do que com isso. Acredito que haja blogs mais profissionalizados em que há regras de colocar informação. Regra geral a informação deve ser colocada ao início do dia, de manhã, porque a maior parte das pessoas acedem à blogosfera não é em casa é nos locais de

trabalho. Se alguém quer que uma coisa seja comentada e que tenha audiência poria no início da manhã, reagiria à agenda noticiosa e depois no dia seguinte colocaria outro e iria responder ao meio da tarde. Mas a maior parte dos blogs é feito por pessoas que têm outros trabalhos, elas não fazem aquilo para maximizar a audiência fazem aquilo porque lhes apetece escrever de uma forma mais livre ou menos comprometida ou com outras regras que não fazem nos seus locais.

**13. Contabilizam o número de visitantes do blog por dia? Há uma média de visitas?**

Sim, temos o Google Statistics, salvo erro temos vários medidores de audiência, portanto, contabilizamos sim.

**14. Como é que se passa de um blog para um “Combate de Blogs” na televisão?**

Isso é uma questão simples. Eu e o Filipe Caetano trabalhamos no mesmo sítio - na Tvi - e eu disse-lhe uma vez, ele estava no online, para potenciarmos a blogosfera do ponto de vista da comunicação social e da televisão. Então, aproveitamos e fizemos em conjunto, uma listagem de blogs e numas eleições autárquicas convidamo-los. Filmamos aquilo na própria redação da Tvi online e depois colocávamos na linha no Youtube de modo a que pudesse ser partilhado. Entretanto aquilo evoluiu, e depois das eleições houve a possibilidade de transformarmos aquilo num programa à volta de meia hora e então desses bloggers colocámos um painel mais ou menos fixo, seis bloggers, depois podendo convidar outros e daí se chegou à situação atual. Inicialmente a lógica eram quatro pessoas, eram duas de esquerda e duas de direita. Agora a lógica são três pessoas, sendo dois do painel inicial e uma pessoa convidada. Normalmente é isso que acontece, podendo estar três do painel fundador, mas foi um bocadinho a partir dessa experiência que nós fizemos o Combate de Blogs.

**15. Considera que o público do programa “ Combate de Blogs” é o mesmo que visita o seu blog?**

Não sei, não tenho nenhuma forma de auferir isso. Embora a audiência seja medida no cabo, eu não consigo saber de onde eles são. E depois está um problema porque nós inicialmente, quando eu estava na Tvi o sistema informático permitia-nos prever o

programa para Youtube e nós depois partilhávamos aquilo entre bloggers e blog. Agora aquilo é um sistema proprietário, não partilha tem uma lógica contrária aos blogs portanto eu não sei se existe uma partilha, mas calculo que haja bloggers que vejam aquilo. Não sei, é se corresponde ao mesmo, porque a audiência às vezes chega a ter 80 mil pessoas que vêm aquilo ou 100 mil pessoas. O meu blog por exemplo, de visitas diárias tem 2 mil e 3 mil, portanto certamente haverá gente que é e gente que não é.

**16. Um público acostumado apenas a receber informações, passou também a informar! Considera que este é o ponto de partida do programa combate de blogs?**

Hoje há uma coisa que é, se reparar há pessoas que têm capital social noutros sítios e vão parar à blogosfera e há pessoas da blogosfera que passam a ter capital social de outros sítios e que ficam ministros dos jornais e da televisão. Por exemplo, dois dos casos mais conhecidos ou três se quiser, são as pessoas que vieram do Barnabé e os que vieram de um dos blogs direita inicial que era a “Coluna infame”. Na “Coluna Infame”, você tinha o Pedro Mexia, o Pedro Lomba e o João Pereira Coutinho e no Barnabé tinha sobretudo o Rui Tavares e o Daniel Oliveira. Tanto o Daniel Oliveira como o Rui Tavares têm colunas em jornais. O Rui Tavares no “Público” e o Daniel Oliveira no “Expresso”, assim como participam na televisão - como é o caso do Daniel Oliveira - no “Eixo do Mal” e a mesma coisa o João Pereira Coutinho. O João Pereira Coutinho participa num programa de debate da TVI, o Lomba tem uma coluna de opinião no “Público” e o Pedro Mexia tem “O Governo Sombra” na TSF, portanto quer dizer houve gente que tendo começado na blogosfera passou a ser comentador nos meios ditos institucionais.

Acho que houve uma certa democratização do acesso aos meios institucionais e a blogosfera permite várias pessoas que não eram conhecidas terem opinião, mas isso depois tem repercussão nos meios institucionais não é? Tem repercussão por exemplo o caso do Abreu Amorim, que agora é deputado do PSD ou mesmo o Francisco José Viegas que agora é Secretário de Estado tem blogs muito ativos. O caso do Abreu Amorim tem o blog “Blasfémias” que é um dos blogs mais lidos da direita e agora foi parar a deputado do PSD. Foi um pouco a blogosfera que potenciou isso, também foi para um programa da RTP, aquele em que está a Joana Amaral Dias e o Rangel na RTPN e isso também potenciou. Há vasos comunicantes entre uma realidade e a outra

realidade. Se me diz que a blogosfera permite que as pessoas possam comunicar e que eram espectadoras umas eram e outras não. Há ali jornalistas e muitos que já escreviam profissionalmente noutros órgãos.

**17. Existe alguma relação entre o que escreve durante a semana no blog e o programa de cada sábado “Combate de blogs”?**

Em princípio sim, se o “Combate de Blogues” se dedica sobre a actualidade informativa é normal que aquilo que eu escrevo possa ter alguma coisa que ver com aquilo que eu digo, embora não totalmente porque muitas vezes o debate resvala para economia e eu normalmente não escrevo sobre economia. Há blogs mais especializados em economia como “Ladrões de bicicletas”, “The portuguese economy”, há vários blogs que têm economistas a escrever sobretudo sobre isso. Sobre economia eu comento mais do que escrevo. Mas certamente que se houver alguma coisa importante sobre a actualidade, eu poderei escrever no blog e comentar no programa

**18. O “Combate de Blogs” marca de alguma forma os conteúdos do seu blog?**

Não. Porque nós vamos comentar o fim da semana, o blog é diário e o programa é semanal. O diário pode condicionar o semanal mas o contrário não. Nós estamos a comentar o passado, só se fizermos adivinhação podíamos comentar o futuro. Eu acho que é mais a lógica do que escrevemos estar reflectida no “Combate de Blogs” do que aquilo que dizemos no “Combate” pode estar reflectido no que escrevemos.

**19. Considera a participação no programa um complemento do jornalismo de cidadania? Porquê?**

Eu não faço jornalismo nos blogs. Acho que o jornalismo tem regras que eu quando vou para os blogs não quero estar dedicado a elas. É suposto alguém que tenha uma opinião política quando faz uma notícia fazer um esforço de se cingir aos factos, ouvir várias partes. Eu quando escrevo num blog escrevo a minha opinião não escrevo jornalismo e nesse aspecto sou muito faccioso, argumento com as minhas convicções e com aquilo que penso e não tanto me cinto às regras do jornalismo.

## **Entrevista\_ Rodrigo Moita de Deus**

### **Blog 31 da Armada**

**1. Como surgiu a ideia de criar o blog e qual o objetivo inicial?**

Quase todos nós já escrevíamos em blogs ou tivemos participações em diferentes blogs, aquilo é mais um grupo de amigos do que uma agregação de escritores e como tal pensamos sempre no blog como se fosse um projeto de media, esse foi o objetivo inicial e continua a ser o nosso objetivo. Não é uma plataforma para escrever, mas projeto de media em multimédia a ideia sempre foi essa.

**2. É um blog colectivo?**

Sim é um blog colectivo.

**3. O blogue traz informação sobre os autores?**

Sim traz. O blog tem uma linha editorial e uma carta editorial publicada.

**4. A quem se dirige este blog?**

Não tem público-alvo. A nós, sobretudo a quem lá escreve. Escrevemos para nós.

**5. Como é que caracteriza o blog?**

É um blog que não está preocupado em agradar a ninguém. Não está preocupado com a sua popularidade.

**6. Que temas são trabalhados no blog?**

Isso está lá no blog. Não tem temas fixos.

**6.1-Mas abordam mais que tipo de temas? Política e economia?**

Sim.

**7. Os textos publicados são em parte originais, produzidos por si na íntegra?**

Há uma coisa que são os post do blog, depois há muitas vezes referência à comunicação social, aquilo que é escrito, livros ou outro tipo de conteúdos produzidos por outros autores com referência aos mesmos.

**8. A audiência é leitora/consumidora de informação ou também pode atuar na produção de conteúdos? Ou seja há uma interatividade da audiência com o autor e com o blogue?**

Essas respostas estão todas no blog.

**8.1-A audiência é reativa/pró-ativa?**

Só por comentários.

**9. Há edição do conteúdo das audiências?**

Não. Mas depende há autores que não querem comentários. Mas nós não conseguimos editar os textos dos comentários. Podemos retirá-los ou não.

**10. Em que situações os inputs externos são alterados?**

Não há alteração dos inputs externos. Ou apagámos ou não.

**11. Há conteúdos completamente vetados?**

Quando são ofensivos sim.

**12. Os blogs são bastante populares na web e costumam ser as ferramentas mais associadas ao jornalismo participativo. Considera que o seu blog altera ou complementa a esfera noticiosa?**

Não há jornalismo participativo nos blogs. Os blogs não são uma ferramenta de jornalismo participativo.

**13. Então não considera que o seu blog altera ou complementa a esfera noticiosa?**

Bem isso considero sim... Participa na esfera noticiosa mas não é jornalismo participativo.

**13.2- Não considera que os blogs são ferramentas do jornalismo participativo?**

Não. Não há jornalismo participativo nos blogs.

**13.3- Mas considera que o seu blog complementa a esfera noticiosa?**

Sim, como outra coisa. Qualquer outra interação que você tenha com o seu meio altera a esfera noticiosa.

**14. Há rotinas nas publicações?**

Como assim?

**14.1- Há atualizações segundo um determinado momento do dia ou em função da agenda noticiosa ou de inputs dos participantes externos?**

Não. É quando nos apetece. Mas quando aparece um facto mais premente é natural que apeteça.

**15. Contabilizam o número de visitantes do blog por dia?**

Está lá e está aberto o sistema.

**16. Como é que se passa de um blog para um “Combate de blogs” na televisão?**

O que antes era escrito, passa a ser oral é a mesma coisa. O princípio é o mesmo a ferramenta é que é diferente.

**17. Considera que o público do programa “ Combate de Blogs” é o mesmo que visita o seu blog?**

Não.

**17.1É um público diferente?**

Sim.



**18. Um público acostumado apenas a receber informações, passou também a informar! Considera que este é o ponto de partida do programa combate de blogs?**

O público sou eu?

**19.1 O público são os bloggers que participam no programa.**

Mas eu sou um público habituado a receber informação, sou um público acostumado a produzir informação, eu já fui jornalista.

**19. Então qual é na sua opinião o ponto de partida do programa “Combate de Blogs”?**

É a alteração do meio e do formato, ou a adaptação de um determinado discurso e de uma determinada maneira de produzir conteúdos a um outro meio. O que muda aliás é o discurso.

**20. Existe alguma relação entre o que escreve durante a semana no blog e o programa de cada sábado “Combate de blogs”?**

Claro é a minha opinião.

**21. O Combate de blogs marca de alguma forma os conteúdos do seu blog?**

Indiretamente sim.

**22. Considera a participação no programa um complemento do jornalismo de cidadania? Porquê?**

Não tem nada a ver com o jornalismo de cidadania. Não há jornalismo de cidadania nem jornalismo participativo. Nada disso.

## **Entrevista a Tomás Vasques**

### **Blog: Hoje há Conquilhas Amanhã não sei**

#### **1. Como surgiu a ideia de criar o blog e qual o objetivo inicial?**

Bom, isto já tem alguns anos 2003, salvo erro portanto já vai em 8 anos, numa altura em que começam a surgir vários blogs, as plataformas começam a aparecer, a blogspot e outras e o objectivo era participar na discussão política e como é um novo meio de comunicação decidi participar também.

#### **2. É um blog colectivo ou individual?**

Individual, sempre tive um blog individual portanto é só a minha opinião, os blogs colectivos tem para mim algumas dificuldades.

#### **3. O blog traz informação sobre o autor?**

Não. Sobre mim não. É a minha opinião não tem informação nenhuma sobre a minha pessoa.

#### **4. A quem se dirige este blog?**

Em princípio à comunidade de blogs, aliás aquele truque de linkar um conjunto de blogs numa barra da esquerda ou da direita, forma alguns destinatários e depois cria-se algum público. Cria-se alguma habitualidade de vir ao blog todos os dias, porque querem ver o que é que se vai dizendo e a opinião sobre as questões políticas. Os blogs políticos são os que têm mais audiência, apesar de eu às vezes meter pequenas notas de livros sobre acontecimentos culturais ou outras notas mas os blogs políticos são os que mais audiências têm.

#### **5. Como é que caracteriza o blog?**

Há 40 anos seria um pequeno jornal de parede individual, é um meio de comunicação que transmite a minha opinião sobretudo política, nalguns de outros casos anotações culturais, mas sobretudo a minha opinião política no dia a dia.

**6. Esta pergunta já me respondeu! Que temas são trabalhados no blog? Mais política e economia é isso?**

Exactamente mais política e economia mas nunca desprezo dar uma indicação sobre um acontecimento sobre uma exposição em Portugal. Normalmente até dou algumas indicações sobre algumas coisas em Espanha, que é o país mais próximo que temos. Dou informações sobre livros que vou lendo, notas sugerindo leituras mas sobretudo é política e economia.

**7. Os textos publicados são em parte originais, produzidos por si na íntegra?**

São originais e produzidos por mim na íntegra, à exceção daquelas que estão bem classificadas como citações, faço uma citação ou um artigo de jornal ou de um outro blog.

**8. A audiência é leitora/consumidora de informação ou também pode atuar na produção de conteúdos? Ou seja há uma interatividade da audiência com o autor e com o blog?**

A audiência não participa, aliás eu não tenho comentários abertos, a audiência não participa com conteúdos.

**9. Não há pessoas que podem comentar?**

Não. Já tive aberto os comentários mas tem dois tipos de problemas, um é que exige muito tempo para a resposta, como são questões políticas levanta-se sempre discussão e exige muito tempo para responder. Por outro lado permite que alguns anónimos digam coisas completamente inapropriadas e desagradáveis, por esses dois motivos decidi acabar com os comentários.

**10. Os blogs são bastante populares na web e costumam ser as ferramentas mais associadas ao jornalismo participativo. Considera que o seu blog altera ou complementa a esfera noticiosa?**

Não altera, mas complementa. Acho que complementa não é só o meu blog há um conjunto de blogs na blogosfera, sobretudo políticos que acabam por complementar e interagir com outros meios de comunicação social sobretudo os tradicionais.

### **11. Há rotinas nas publicações?**

Não. Não tenho rotinas, os colectivos têm sempre rotinas, depois, há alguns individuais que rigorosamente todos os dias aparecem um post sobre um comentário político. O meu não é. Conforme as minhas disponibilidades e as minhas vontades, há dois ou três dias que não lhe toco, há um dia que escrevo três ou quatro coisas, procuro manter alguma regularidade, pois isso é bom para manter as audiências. Quando as pessoas veem e não encontram nada durante dois ou três dias desmotivam-se e desaparecem. Eu procuro manter a regularidade mas muitas vezes a minha disponibilidade não me permite

### **12. Contabilizam o número de visitantes do blog por dia? Há uma média de visitas?**

Contabilizo. Tenho uma média de visitas nos blogues, agora neste momento aproximam-se as férias estão a baixar mas a minha média é de 600 dia.

### **13. Como é que se passa de um blogue para um “Combate de Blogs” na televisão?**

Através de um convite do Filipe Caetano que me desafiou. Inicialmente numa fase experimental nas eleições de 2009, fizeram-se painéis a propósito das eleições com um conjunto de bloggers e depois o programa acabou por ter continuidade naquele “Combate de Blogs”. Há aquele painel com o Rodrigo Moita de Deus, a Filipa, eu quatro ou cinco, o Nuno e foi um convite. Ele propôs à direcção da Tvi aquele programa e convidou quatro, cinco ou seis bloggers.

### **14. Considera que o público do programa “ Combate de Blogs” é o mesmo que visita o seu blog?**

É, nalguns casos mas ultrapassa isso. Como o “Combate de Blogs” faz uma interligação com as redes sociais nomeadamente o Facebook há muitos utilizadores do Facebook que não são tanto a audiência de blogs mas que eu tenho visto que acompanham o programa. Portanto o Facebook tem levado muita gente a ver também o programa.

**15. Um público acostumado apenas a receber informações, passou também a informar! Considera que este é o ponto de partida do programa combate de blogs?**

Não é na totalidade. É também mas não é na totalidade. (a pedido do entrevistado repito a pergunta).

É o ponto de partida sim senhor. É o ponto de partida para aquele programa. É também uma inter-comunicação com outro meio que é a televisão com a comunidade da blogosfera.

**16. Existe alguma relação entre o que escreve durante a semana no blog e o programa de cada sábado “Combate de blogs”?**

Umas vezes sim outras vezes não. Mas sempre que escrevo no blog sobre atualidade política, sobre os acontecimentos políticos do dia-a-dia são tema de debate no “Combate de Blogs”. É evidente que as opiniões que são expressas no blog vão ser as que eu vou exprimir no “Combate de Blogs”. Nesse sentido há essa relação, aliás o próprio moderador Filipe Caetano muitas vezes parte para a pergunta dizendo “escreveste no blog isto”, para iniciar a conversa portanto há uma relação sim senhor.

**17. O Combate de blogs marca de alguma forma os conteúdos do seu blog?**

Não. O que marca quando é o comentário político é a actualidade política e o meu olhar sobre os acontecimentos políticos do dia a dia.

**18. Considera a participação no programa um complemento do jornalismo de cidadania? Porquê?**

Considero. Todos os meios de comunicação informais como os blogs e as redes sociais que nos últimos 10 anos se foram desenvolvendo e ganho adeptos, quer como audiência quer como participantes, são uma forma de participação dos cidadãos na vida política. Não só na vida política, mas é uma forma de participação directa na discussão, na actividade política que estava mediada apenas pelos jornais e pela televisão. A partir dos últimos 7, 8 anos a mediatização é feita através dessa componente em menor grau, mas depois estabelece-se uma relação, porque muitas vezes os jornais pegam no que muitos blogs escrevem e estabelece-se aqui uma teia em que há uma participação cada vez maior dos cidadãos na vida política. À volta dos blogs há fazedores de opinião, num círculo que poderá atingir 200,300 mil pessoas no máximo há aqui um fazer de opinião e uma participação activa na vida política, social e cultural, porque há blogs só de poesia há blogs só de literatura.

Não é por acaso que normalmente em eleições, os candidatos fazem sempre encontros com bloggers. Mostrar o carácter inovador desta nova forma de comunicação por um lado e dar atenção a esta comunidade que tem algum peso na opinião.

### **Entrevista a Filipe Caetano – jornalista e apresentador do programa “Combate de Blogs”.**

- 1- Analisando o “Combate de Blogs”, encontramos sinais que o distinguem dos restantes debates da televisão portuguesa. Regra geral os debates televisivos são dominados por um grupo reduzido de elites que têm visibilidade mediática onde o que se diz e a forma como se diz são traços exigidos ao discurso do convidado. Ora, o “Combate de Blogs” rompe com este modelo, trazendo para o “plateau” cidadãos que se destacam de acordo com o que escrevem no seu blog e não apenas em função da sua projecção pública. Concorda?**

Sim. Aliás, esse foi sempre o propósito do programa desde a sua génese: trazer novas vozes à televisão, usando a blogosfera como plataforma de “recrutamento”. A intenção é demonstrar que existem outras ideias, outras formas de olhar a sociedade e as

suas movimentações, procurando maior pluralismo possível, tanto a nível de intérpretes como de temáticas.

**2- O “Combate de Blogs” possibilita a inserção de personalidades não institucionais, anónimas, promovendo a descentralização do poder enunciativo que antes se concentrava nas mãos dos grandes monopólios?**

Concordo. Um dos grandes esforços do programa é precisamente esse: romper com a opinião estabelecida e sentimos que essa vontade vingou, até porque levou outros canais a procurarem também outras vozes, muitas vezes até vozes que passaram pelo Combate de Blogs. Um dos vectores essenciais da filosofia do programa é a independência, pelo que é imperioso encontrar essas fontes muitas vezes anónimas para o público em geral, mas que têm opinião formada e plasmada em blogs ou redes sociais. Também se procurou ir buscar portugueses que vivem no estrangeiro e que se destacam em várias áreas, nomeadamente pelo trabalho feito em universidades de referência. Apesar de serem referências nos países onde se encontram, estão muitas invariavelmente arredados do espaço mediático proporcionado pelas canais de notícias por cabo.

**3- Se pensarmos o “Combate de Blogs” como um espaço comunicativo, onde a linguagem não é usada como um mero instrumento de convencimento dos outros, mas como uma forma de produzir reciprocidade e reflexão podemos ver que o programa gera uma esfera pública?**

Depende dos temas. O programa passou por várias fases e nesta última, com a maior diversificação de convidados, gerou mais reações dos espectadores, nomeadamente através das redes sociais. Em todo o caso, temas mais polémicas, normalmente relacionados com a política, levam a comentários diversos e interações com os convidados. O discurso gerado no Combate de Blogs encontrou, para além disso, uma continuidade na própria blogosfera, com a continuação do debate de algumas temáticas.

**4- Habermas pede uma maior participação dos cidadãos no exercício do seu direito, o de participar ativamente na esfera pública, o de debater ideias**

**e conceitos que, todos os dias são lançados para a arena pública. Considera que o Combate de blogs estimula a discussão, a pluralidade de ideias e o jornalismo cidadão nasce deste exercício crítico?**

Poderei dizer que o programa é um reflexo do envolvimento cívico dos cidadãos portugueses, que é escasso. A participação dos cidadãos na blogosfera não é elevada ao nível político e até se assiste a um decréscimo nesta dimensão, o que vem comprovar os indicadores apresentados nos últimos tempos no que diz respeito ao desafecto político. Ainda assim, essa discussão é feita com paixão pelos envolvidos na discussão exercida na blogosfera. O Combate de Blogs não estimula o jornalismo cidadão, mas sim a opinião fundamentada e plasmada em texto na blogosfera e nas redes sociais, independentemente das temáticas (da política, à moda, da literatura ao jornalismo).

**5- Através do “Combate de Blogs” a sociedade civil passa a contar com espaços de formação de opinião menos submissos às fórmulas e políticas adoptadas pelos meios de comunicação de massa convencionais?**

Sim, porque é feito um esforço para ouvir outras opiniões, sem qualquer ligação a instituições ou organizações políticas.

**6- O jornalismo caracteriza-se pelo seu papel mediador, porque existe sempre um processo de seleção entre o que é ou não publicado, entre os acontecimentos e o público. Mas o “Combate de Blogs” aproveita o potencial de cidadãos anónimos para melhorar o jornalismo, transformando-o numa prática mais horizontal e plural. Concorda?**

Sem dúvida. Embora nem sempre tenhamos conseguido atingir esse nível de envolvimento, a verdade é que sentimos total realização dos nossos objetivos quando conseguimos trazer assuntos que os meios convencionais não conseguiram antecipar com eficácia. Isso permite ao espectador ter acesso a uma informação mais transversal e muitas vezes sem o filtro da notícia tradicional. Ainda assim, claro que existe sempre um filtro, porque os convidados e os temas trazidos ao programa são decididos por jornalistas. Ainda assim, feitos os convites e confirmados os convidados, não existe



qualquer amarra ou imposição, pelo que os temas são discutidos um ambiente de total liberdade.

**7- O programa “Combate de Blogs” é utilizado como ferramenta de promoção da cidadania, deixando os bloggers de ser consumidores para serem tratados como indivíduos ativos. O programa coloca os autores dos blogs como atores com poder social?**

Sem dúvida. Eles próprios tornam-se portadores de uma mensagem que muitas vezes acaba por transcender a esfera do cidadão comum. Em dois anos de existência o programa “transformou” bloggers em pessoas com influência no espaço mediático e não só, passando a ter opinião noutros meios, como a rádio e os jornais, para além de outros canais de televisão. Alguns foram, entretanto, convidados para funções importantes a nível político (e isso fez com que deixassem de ser convidados para o programa, pois já não se encaixavam no espírito de voz livre).